



# МАТЕРИАЛЫ

VII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ И СТУДЕНТОВ  
«ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ»

## ТОМ 1

ДОНЕЦК  
2024 г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Проблемы развития социально-экономических систем**

Материалы VIII Международной научной конференции  
молодых учёных и студентов  
(Донецк, 18 апреля 2024 г.)

**Том 1**

Донецк  
Издательство ДонГУ  
2024

**УДК** 330.342-027.1(062.552)

**ББК** У9(4РОС)я431

Редакционный коллектив:

Полшков Ю. Н. (главный редактор), Боагина Э. Р., Ибрагимхалилова Т. В.,  
Кошелева Е. Г., Краснова В. В., Кужелева А. А.,  
Некрасова О. Л., Половян А. В., Сердюк О. Ю., Трошкин А. В.,  
Шилец Е. С., Воробьева Ю. С. (отв. секретарь)

Общая редакция: д-р экон. наук, доцент Полшков Ю. Н.

*Рекомендовано к печати Ученым советом*

*ФГБОУ ВО «ДонГУ»*

*Протокол от 31.05.2024 г. № 6*

*Рецензенты:*

Балашова Р. И., доктор экономических наук, доцент, главный сотрудник  
отдела финансово-экономических исследований ГБУ «Институт  
экономических исследований»;

Головинов О. Н., доктор экономических наук, профессор, заведующий  
кафедрой «Коммерция и таможенное дело» ФГБОУ ВО «ДонГУ».

**П 781 Проблемы развития социально-экономических систем:**  
Материалы VIII Международной научной конференции молодых  
учёных и студентов (Донецк, 18 апреля 2024 г.). – Том 1 / под  
общей редакцией д-ра экон. наук, доц. Ю. Н. Полшкова. – Донецк:  
Изд-во ДонГУ, 2024. – 466 с.

В сборнике представлены материалы VIII Международной научной  
конференции молодых учёных и студентов «Проблемы развития  
социально-экономических систем». Первый том содержит тезисы  
докладов, представленных в секциях «Теория и практика управления  
экономическими системами», «Государственное и муниципальное  
управление», «Международный бизнес и GR-менеджмент», «Маркетинг и  
логистика: теория и практика», «Экономическая безопасность»,  
«Региональная идентификация в дизайне».

*Ответственность за содержание материалов, аутентичность  
цитат, правильность фактов и ссылок несут авторы публикаций.*

© Коллектив авторов, 2024 г.

© Донецкий государственный университет, 2024 г.

**Вступительное слово к сборнику материалов  
VIII Международной научной конференции молодых учёных и студентов  
«Проблемы развития социально-экономических систем»**



Апрельская конференция, проводимая экономическим факультетом Донецкого государственного университета, стала доброй традицией молодёжной науки. Наш ВУЗ, выступая в роли флагмана региональных научно-образовательных процессов, многие десятилетия формирует у выпускников целостное представление об экономике, что неоднократно отмечалось ректором Светланой Владимировной Беспаловой. Научные достижения в экономико-управленческой, дизайнерской и педагогических сферах являются итогом систематического труда заведующих кафедрами, преподавателей, сотрудников, студентов, аспирантов экономического факультета Донецкого государственного университета.

Представленные на конференции исследования молодых учёных актуальны и направлены на решение стратегических задач нашей страны, поставленных Президентом Российской Федерации Владимиром Владимировичем Путиным. Речь идёт о сбережении населения, сохранении здоровья и благополучия граждан, возможностях раскрытия и реализации талантов, комфорте и безопасности жизни людей, достойном, производительном труде и успешной предпринимательской деятельности, цифровой трансформации общественных отношений.

Решение этих задач является особенно важным при экономической интеграции Донецкой Народной Республики и других новых регионов в состав России. Работа секций нашей конференции достаточно полно охватывает спектр имеющихся проблем, поднимая вопросы:

координации финансовых потоков в основные производственные фонды предприятий;

экономической безопасности в условиях обретения Россией технологической суверенности;

реализации потенциала трудовых ресурсов;

формирования человеческого капитала и повышения конкурентоспособности персонала;

совершенствования инструментов маркетинга и логистики инфраструктурных изменений, доступности ресурсов и рынков;

глобальной торговли и кооперации, участия в мировых экономических отношениях;

активизации международных бизнес-процессов;

взаимодействия органов власти с субъектами малого и среднего предпринимательства на принципах государственно-частного партнёрства;

перехода национального хозяйства и региональных экономик к энергоёмким и экологичным импортозамещающим технологиям производства; государственного и муниципального управления диверсификацией экономики и созданием рабочих мест;

теоретико-методического обоснования и практической адаптации современных методов менеджмента в условиях цифровизации экономики;

прикладного экономико-математического моделирования процессов инвестиционной деятельности и инновационной политики;

неоиндустриализации экономики и повышения обороноспособности страны;

прогнозирования экономических трендов и управленческих тенденций;

развития методик преподавания географии и обществознания;

эволюции дизайна и поиска новых концепций арт-менеджмента.

Желаем успешной работы всем секциям Конференции, а участникам – ярких докладов, презентабельности выступлений, научной новизны, актуальности, внедрения результатов в практику, дискуссий и перспектив.

Твёрдо убеждены в том, что достижения молодых учёных и студентов послужат социально-экономическому развитию Русского Донбасса и Российской Федерации в целом.

*Заместитель председателя организационного комитета Конференции,  
декан экономического факультета, и. о. зав. кафедрой математики  
и математических методов в экономике ФГБОУ ВО «ДонГУ»,  
доктор экономических наук, доцент  
Ю.Н. Поликов*

## Секция «Теория и практика управления экономическими системами»

Андреев П. А., Сергеев Р. Ж., студенты  
Научный руководитель: Иванова И. В., канд. тех. наук, доцент  
Рыбинский государственный авиационный технический  
университет имени П. А. Соловьёва, РФ  
*ivanova.irinav@yandex.ru*

### ПРЕИМУЩЕСТВА СОЗДАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

**Актуальность.** По данным Международной организации по стандартизации (ISO), в настоящее время существует более 80 стандартов систем менеджмента, призванных помочь компаниям улучшить свою деятельность в самых разных областях и секторах.

Хотя системы менеджмента по определению ISO предназначены для того, чтобы «помогать организациям улучшить свою деятельность путем определения повторяемых шагов, которые организации сознательно реализуют для достижения своих целей и задач» [1], наличие нескольких систем для управления часто с перекрывающимися требованиями (т. е. нормативными требованиями, сертификацией, цепочкой поставок и внутренними требованиями) может привести к избыточности, неэффективности, дополнительной работе и общей путанице.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В сфере управления качеством, уже существует концепция интегрированной системы менеджмента позволяющая нивелировать вышеперечисленные проблемы.

Интегрированная система менеджмента (далее – ИСМ) объединяет все системы и процессы организации в одну целостную структуру, позволяя организации работать как одно целое и с едиными целями.

Интегрированные системы менеджмента объединяют процессы управления ISO в одну удобную систему, сокращая затраты, отходы и повышая соответствие требованиям. Благодаря заранее определенным процессам и процедурам ИСМ помогает компаниям в достижении лучших практик в области качества, воздействия на окружающую среду, охраны труда, техники безопасности и многого другого.

Появляется возможность легко координировать несколько бизнес-операций с помощью одной системы контроля, что ведёт к экономии времени и уменьшению лишней работы. Это положительно влияет на эффективность организации, увеличивая производительность за счет меньшего количества процессов и максимального использования внутренних ресурсов [1-3].

**Цель исследования:** определить преимущества создания ИСМ на предприятии.

**Результаты исследования.** К основным, ключевым преимуществам создания и последующего использования организациями интегрированной системы менеджмента.

1. Повышение производительности. Интегрированные системы менеджмента окажут положительное влияние на конкретные компоненты и результаты СМК, такие как улучшение качества, повышение безопасности, снижение рисков и, соответственно, повышение производительности.

2. Устранение избыточности. Одним из главных преимуществ внедрения нескольких стандартов систем менеджмента является возможность взаимодействия стандартов для поиска общих или единых компонентов (политику, цели, процессы или

ресурсы). Например, это может проявляться в виде единой процедуры обучения, контроля документации, анализа со стороны руководства, внутреннего аудита или осуществления улучшений.

3. Подотчетность. Когда организация интегрирует несколько систем управления одновременно и устанавливает внутренние связи между целями, процессами и ресурсами, по итогам работы появляется возможность более четко и эффективно вести отчетность выполненных задач.

4. Установление последовательности. Когда организации используют интегрированный подход, это позволяет обеспечить лучшую согласованность систем управления. При обеспечении согласованности, система станет менее сложной и, следовательно, ее будет легче анализировать. Созданная последовательность позволит сконцентрироваться на достижении общего набора целей важных для организации.

5. Снижение бюрократизации. Снижение бюрократизации процессов происходит за счет устранения избыточности (дублирования). Часто, когда несколько стандартов управления реализованы, но не интегрированы, могут возникнуть дилеммы из-за невозможности оптимизировать решения из-за уровней иерархии.

#### 6. Снижение затрат

Интегрированные системы менеджмента позволяют организациям проводить комплексные аудиты и оценки, а также оптимизировать процессы и ресурсы. ИСМ дают возможность сократить время, необходимое для выполнения определенных действий, устранить количество прерываний и, следовательно, снизить затраты.

#### 7. Сокращение обслуживания

Под техническим обслуживанием подразумеваются постоянные проверки соответствия и обеспечение соблюдения стандартных требований системы управления. Реализовав ИСМ, организации могут одновременно поддерживать требования, оптимизируя процесс и сосредоточиться на улучшениях, а не на обслуживании нескольких систем, когда в этом нет необходимости.

8. Комплексный аудит. При реализации ИСМ в организации, появляется возможность проводить интегрированные аудиты. Интегрированный аудит дает много больших преимуществ, такие как обеспечение более низких затрат на сертификацию, меньшее количество перерывов при аудите, оптимизацию процессов, сокращение документации и более согласованные цели в нескольких системах (благодаря взаимосвязи процессов).

9. Содействие принятию решений. Устранение избыточности и обеспечение согласованности внутри организации позволяет получить более полное представление о функциональных потребностях и производительности.

**Выводы.** В интегрированной системе менеджмента организации системы управления работают вместе, при этом каждая функция объединена с одной целью - повышение эффективности всей организации. Вместо разрозненности появляются скоординированные усилия, которые не только более эффективны, но и более действенны. ИСМ обеспечивает четкое и единообразное представление обо всей организации, о внутреннем взаимодействии, и о связанных с этим рисках. Эффективность достигается за счет снижения дублирования, что в будущем намного облегчает внедрение новых систем.

#### **Список литературы:**

1. Вдовин, С. М. Система менеджмента качества организации: учеб. пособие / С. М. Вдовин, Т. А. Салимова, Л. И. Бирюкова. – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 298 с.
2. Грибов, В. Д. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / В. Д. Грибов, Л. П. Никитина. – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 310 с.

3. Федюкин, В. К. Управление качеством производственных процессов: учеб. пособие / В. К. Федюкин. – Москва: КноРус, 2018. – 229 с.

Баранова Д. И., студент

Научный руководитель: Гришина И. В., канд. экон. наук, доцент  
Севастопольский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, РФ  
diano4ka\_8\_8\_00@mail.ru

## АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

**Актуальность.** Разнообразие существующих в науке подходов и подсистем кадрового менеджмента, призванных удовлетворить потребности любой социально-экономической системы, предоставляет широкие возможности для использования, однако наряду с этим особую актуальность приобретает вопрос их эффективной адаптации под потребности организации с учетом современных реалий.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Различные аспекты обеспечения эффективного кадрового менеджмента нашли отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых: К. Бланшара, А. Кибанова, И. Липсица, Б. Трейси, С. Шапиро и многих других, однако вопрос по-прежнему актуален и требует дальнейших исследований.

**Цель исследования** – анализ актуальных вопросов кадрового менеджмента и выявление наиболее действенных подходов и инструментов для их практической адаптации к реалиям хозяйствования социально-экономических систем.

**Результаты исследования.** Изучение ключевых идей ученых в контексте обеспечения эффективного кадрового менеджмента показало их разнообразие и неоднозначность.

А. Н. Аверин уделил особое внимание принципам управления. Чтобы менеджер или компания преуспели, он должен добиться определенного уровня близости со своими работниками. Менеджеры по персоналу должны взаимодействовать с работниками до такой степени, чтобы знать их лично, индивидуально. Такой уровень близости позволит работникам свободно довериться менеджеру в случае возникновения каких-либо проблем [1].

В современных реалиях кадровый менеджмент должен основываться на принципах, соответствующих специфичности условий, в которых функционируют организации. К таким принципам можно отнести:

1. Принцип избегания жесткой политики.
2. Принцип поддержки человеческого достоинства.
3. Принцип равенства и справедливости.
4. Принцип близости.
5. Принцип сотрудничества и командной работы.

6. Демократический принцип становится общепринятым как основной вариант достижения организационной эффективности. Демократия по своей природе предполагает открытость, вовлеченность, участие большинства членов организации в обсуждении и выборе организационной политики, процедур и решений.

7. Принцип стимулирования /мотивации.
8. Принцип подотчетности и прозрачности.
9. Принцип проведения конкурсных экзаменов [1, с. 55].



Все организации следует рассматривать как динамичные и зачастую непредсказуемые социально-экономические системы, поскольку по своей природе каждый человек, как часть системы, никогда не бывает постоянным, и его невозможно точно предсказать. В трудах В. В. Травина подчеркнута [3], что изменчивость человеческой природы и динамизм, который каждый человек привносит в управление организацией, приводят к тому, что принципы и политика со временем меняются. А. Л. Лазутина [2] особый акцент делает на важности обеспечения мотивации. Она убеждена, что каждый, кто заслуживает похвалы, должен получать одинаковое вознаграждение, независимо от его положения в организации, и то, что делается для одного, должно быть сделано для всех. Хотя в некоторых случаях равенство иногда можно упустить из виду, когда должным образом учитываются справедливость и производительность.

Анализ позволил выявить следующие актуальные проблемы:

1. Низкий уровень мотивации.
2. Игнорирование новых технологий, излишняя консервативность.
3. Нарушение норм управляемости.
4. Дефицит квалифицированных кадров.

Решение этих проблем во многом определяется эффективностью реализации стратегического и тактического кадрового менеджмента, внедрением кадровых систем, а также профессионализмом HR-менеджера.

Целью стратегического кадрового менеджмента является определение наилучших способов поддержки сотрудников. Данный уровень охватывает как нынешние, так и будущие тактики, такие как контроль текучести кадров, установление руководящих принципов найма и сохранение удовлетворенности сотрудников. Чтобы способствовать лояльности компании и удовлетворенностью работой, целесообразно предусматривать постоянное обучение, чтобы помочь сотрудникам продвигаться внутри компании.

Тактический кадровый менеджмент предполагает административное планирование, основная цель – выявить и отобрать наиболее квалифицированных кандидатов. Сюда относятся составление план-графиков, прогнозирование численности персонала, необходимой в краткосрочной и долгосрочной перспективе для заполнения должностей.

Кадровые системы могут помочь компаниям в различных областях, таких как набор сотрудников, проверка рекомендаций, администрирование планов льгот и прочее. В зависимости от размера компании, возможно, лучше разместить систему кадрового менеджмента виртуально, а не внутри компании, чтобы снизить затраты на внедрение и обслуживание. Независимо от потребностей компании, существует множество систем, которые могут помочь предприятиям более эффективно управлять персоналом.

HR-менеджер должен быть знатоком организационного поведения и уметь находить таланты в рабочей силе. HR-специалисты работают над привлечением и удержанием ценных сотрудников, предоставляя конкурентоспособную заработную плату, заманчивые льготы, возможности для профессионального роста, регулярные оценки эффективности и наставничество [3, с. 106].

**Выводы.** Таким образом, решение выявленных проблем возможно при условии повышения эффективности стратегического и тактического кадрового менеджмента, внедрения справедливой мотивации, внедрения новых технологий, обеспечения эффективного процесса найма, адаптации и развития персонала в компании.

#### **Список литературы:**

1. Аверин, А.Н. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации / А.Н. Аверин. – 3-е изд. – М. : Флинта: МПСИ, 2018. – 224 с.

2. Лазутина, А. Л. Новые требования к качеству управления персоналом в условиях цифровой экономики и управления. / А. Л.Лазутина, Т. Е. Лебедева // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 5. – С. 177-180.

3. Травин, В.В. Управление человеческими ресурсами. Модуль 4. / В.В. Травин, М.И. Магура, М. Б. Курбатова. – М: Дело АНХ, 2018. – 128 с.

Батуга А. С., Есипова А. Н., студенты  
Научный руководитель: Лапшина Е. А.  
Донецкий государственный университет, РФ  
alinka.khmelevskaya\_16@mail.ru, esipova.anastasiya30@gmail.com

## **БРЕНДИНГ И УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ**

Актуальность. В современном мире бизнеса, брендинг и управление брендом играют ключевую роль в конкуренции между компаниями. С ростом конкурентоспособности и изменением потребительских предпочтений компании вынуждены активно развивать и поддерживать свои бренды для привлечения и удержания целевой аудитории. Эффективное управление брендом становится стратегической необходимостью, позволяющей компаниям успешно выстраивать свою позицию на рынке и добиваться успеха в условиях постоянных изменений и вызовов.

Анализ последних исследований и публикаций. Последние исследования и публикации, такие как работа Блейка Прайса «The Role of Brand Authenticity in Consumer Trust and Loyalty» (Роль аутентичности бренда в доверии потребителей и лояльности) и анализ Дэвида Акерса «Strategic Brand Management: A European Perspective» (Стратегическое управление брендом: европейская перспектива), выявили значимость стратегического подхода к созданию и управлению брендом. Данные исследования предоставляют ценные инсайты о том, как компании могут эффективно использовать брендинг для достижения своих целей и укрепления своей позиции на рынке. Исследования отражают актуальные тенденции и вызовы, с которыми сталкиваются компании в современном мире бизнеса, и предлагают стратегические рекомендации для успешного управления брендом в условиях быстро меняющейся среды [5].

Цель данного исследования заключается в проведении сравнительного анализа стратегий брендинга и методов управления брендом нескольких крупных компаний для выявления успешных практик и стратегических подходов, способствующих эффективному управлению брендами и выделению на рынке.

Результаты исследования. В современном мире конкуренция на рынке становится все более острой, и поэтому важно уделить особое внимание разработке сильного бренда. Брендинг – это стратегический процесс создания, управления и развития бренда с целью формирования уникального и запоминающегося имиджа компании или продукта на рынке. Управление брендом включает в себя комплекс мероприятий по укреплению и защите репутации бренда, формированию его ценностей и выделению на фоне конкурентов. Основной целью брендинга является создание положительного восприятия бренда у потребителей и установление долгосрочных отношений с ними. Одним из ключевых понятий в брендинге является брендовая идентичность, которая определяется набором уникальных черт и характеристик, а основной её задачей выступает увеличение узнаваемости бренда и поддержание его идентичности среди конкурентов. Важным элементом брендовой идентичности является брендовый имидж,

который формируется на основе восприятия бренда потребителями и создает его образ в их сознании. Эффективное управление брендом требует не только разработки стратегий привлечения и удержания клиентов, но и постоянного мониторинга и анализа реакции рынка на брендовые инициативы [1].

В рамках данного исследования были выбраны две крупные компании: Coca-Cola Company и Nike Inc. Эти компании были выбраны для сравнительного анализа их стратегий брендинга ввиду их значимости на мировом рынке, а также разнообразия подходов к управлению брендом.

Coca-Cola Company, одна из самых известных и узнаваемых компаний в мире, была основана в 1886 году в США фармацевтом Джоном Пембертоном. Начавшись как аптечный напиток, Coca-Cola быстро приобрела популярность благодаря своему освежающему вкусу и уникальной формуле. Вскоре после создания компания начала масштабное производство и реализацию напитка, что стало отправной точкой для развития бренда на мировом рынке. Значимость бренда Coca-Cola проявляется в его глобальной популярности и иконичном статусе. Coca-Cola стала неотъемлемой частью мировой культуры и символом американского образа жизни. Бренд Coca-Cola ассоциируется с радостью, праздниками и общением, что делает его одним из самых дорогих и узнаваемых брендов в мире.

Таблица 1

Основные стратегии Coca-Cola Company

Основная стратегия брендинга и управления брендом	Реализация компанией Coca-Cola
Поддержание консистентности и узнаваемости брендовых элементов.	Активное использование логотипа, дизайна упаковки и цветовой гаммы для создания неповторимого образа бренда.
Регулярные рекламные кампании для поддержания позитивного восприятия бренда.	Запуск рекламных кампаний, направленных на поддержание позитивного восприятия бренда и привлечение новых потребителей.
Стратегия диверсификации продуктового портфеля.	Активное развитие новых вкусов и продуктов, чтобы удовлетворить разнообразные потребности потребителей и расширить присутствие на рынке.
Анализ данных и отзывов потребителей.	Оценка эффективности маркетинговых кампаний и понимание предпочтений аудитории через анализ данных и отзывов потребителей.
Применение цифровых технологий и онлайн-маркетинга.	Разработка персонализированных рекламных кампаний и взаимодействие с аудиторией через цифровые каналы и социальные сети.
Развитие корпоративной культуры и социальной ответственности.	Постоянная работа над развитием корпоративной культуры и социальной ответственности, что способствует укреплению репутации компании и ее бренда в глазах потребителей.

Nike Inc., глобальный лидер в производстве спортивной обуви, одежды и аксессуаров, был основан в 1964 году Филом Найтом и Биллом Бауэрманом под названием Blue Ribbon Sports. Начав свой путь как небольшая компания, специализирующаяся на продаже спортивной обуви, Nike быстро выросла и стала одним из самых узнаваемых и влиятельных брендов в мире. Значимость бренда Nike проявляется не только в его ведущем положении на рынке спортивной индустрии, но и в широком влиянии на спорт, культуру и моду. Nike стал символом спортивного достижения и стремления к лучшему, а также олицетворением динамизма, инноваций и стиля в спорте и жизни.

Таблица 2

Основные стратегии Nike Inc.

Основная стратегия брендинга и управления брендом	Реализация компанией Nike
Активное использование спонсорских программ и партнерств с известными спортсменами и командами.	Регулярные контракты с знаменитыми спортсменами, такими как Майкл Джордан, Леброн Джеймс, Криштиану Роналду и другими, усиливают связь бренда Nike с мировыми спортивными событиями и звездами.
Акцент на инновациях и технологическом развитии в производстве спортивной одежды и обуви.	Постоянное внедрение новых материалов и технологий в продукцию Nike, делая ее более удобной, функциональной и производительной.
Использование аналитики данных и исследований рынка для понимания предпочтений потребителей.	Активное применение аналитики данных и исследований рынка, чтобы лучше понять предпочтения и потребности потребителей.
Взаимодействие с аудиторией через социальные сети и онлайн-платформы.	Создание контента и сообществ, укрепляющих связь с брендом через социальные сети, и другие онлайн-платформы.
Разработка персонализированных маркетинговых кампаний и стратегий взаимодействия с потребителями.	Учет индивидуальных предпочтений и поведенческих паттернов потребителей для создания персонализированных маркетинговых кампаний и стратегий взаимодействия.
Поддержка спортивных и общественных инициатив в рамках корпоративной социальной ответственности.	Активное участие в спортивных и общественных инициативах, что способствует укреплению репутации бренда и его влиянию в мире.

Анализ Coca-Cola Company и Nike Inc. позволяет выделить основные различия в подходах к брендингу и управлению брендом.

Таблица 3

Различия методов брендинга Coca-Cola и Nike Inc.

Компания	Основной подход к брендингу и управлению брендом
Coca-Cola Company	Сосредотачивается на создании и поддержании эмоционального образа бренда, ассоциирующегося с радостью, оптимизмом и общением. Уделяет внимание поддержанию консистентности брендовых элементов и запуску рекламных кампаний для поддержания позитивного восприятия. Акцентируется на анализе данных и отзывах потребителей, развитии корпоративной культуры и социальной ответственности.
Nike Inc	Ставит в центр своей стратегии брендинга насыщение своего бренда спортивным духом, динамикой и стремлением к достижению успеха. Использует поддержание консистентности брендовых элементов, акцентирует внимание на создании инновационных продуктов и активном взаимодействии с потребителями через цифровые каналы и социальные сети. Использует цифровые технологии и онлайн-маркетинг для создания персонализированных рекламных кампаний и взаимодействия с аудиторией.

Таким образом, хотя обе компании преследуют цель укрепления своих брендов и привлечения потребителей, они используют различные стратегии и методы, чтобы достичь этих целей. В Coca-Cola более сосредоточенный на эмоциональном воздействии и поддержании консистентности, тогда как Nike активно применяет инновационные подходы и активное взаимодействие с потребителями.

Выводы. Обобщенный результат анализа показывает, что Coca-Cola Company и Nike Inc. представляют разнообразные стратегии брендинга и управления брендом. В то время как Coca-Cola акцентирует внимание на эмоциональном воздействии и поддержании консистентности, Nike ставит на инновационные подходы и взаимодействие с аудиторией через цифровые каналы. Понимание этих различий может помочь другим компаниям улучшить свои стратегии брендинга и управления брендом в соответствии с их особенностями рынка и аудитории.

**Список литературы:**

1. Григорьева, М.А. Управление брендом: современные подходы и методы / М.А. Григорьева // Журнал «Управление Брендом». – Санкт-Петербург: Издательство «Менеджмент и Маркетинг», 2020. – С. 30-45.
2. Лебедев, А.С. Управление брендом: теория и практика / А.С. Лебедев // Журнал Маркетинговых Исследований. – Москва: Издательство «Маркетинговые Технологии», 2019. – С. 45-58.
3. Макаров, П.Ю. Механизмы брендинга территорий / П.Ю. Макаров, М.В. Соколова, А.Е. Илларионов // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2023. – № 4. – С. 124–1494.
4. Integrated educational projects as a methods of human capital development in the knowledge economy / A. Budrin, D. Soloveva, A. Bylugina, D. Shatokhina, A. Vorobeva // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2020. – Vol. 940. – № 1. – pp. 012102 (in Eng).
5. Reproduction of intellectual capital in innovative-digital economy environment / E. Zhilenkova, M. Budanova, N. Bulkhov, D. Rodionov // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2019. doi: 10.1088/1757- 899X/497/1/012065 (in Eng).

Бондаренко К. В., студент  
Научный руководитель: Кравец Е. О., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*bondarenko23@mail.ru*

**ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСА**

**Актуальность.** Миллионы людей сегодня пользуются Интернетом, и многим из них нравится совершать покупки онлайн. Индустрия электронной коммерции расширяется с каждым днем, и начать онлайн-бизнес сейчас проще, чем когда-либо. Ожидается рост онлайн-продаж и увеличение их доли на общем розничном рынке. Глобальные розничные продажи электронной коммерции, по прогнозам, достигнут 7,3 трлн. долларов к 2025 году, при этом на электронную коммерцию приходится 23,6% всех розничных продаж.

**Анализ публикаций.** Теоретические основы развития и адаптации Интернет-бизнеса и электронной коммерции рассмотрены в работах таких ученых как К. Барроу, Д. Козье, М. Мак-Картина, К. Пейтела, Д. Хэнсона, Т. Уилсона, И. Балабанова, В. Быкова, С. Галкина, Н. Геращенко, А. Кантарович, Р. Костяева, А. Соколовой, В. Царева, И. Успенского.

Однако требуют более детального изучения преимущества интернет-бизнеса.

Таким образом, **целью** данного исследования является выявление преимуществ и недостатков открытия интернет-бизнеса.

**Результаты исследований.** Интернет стал частью повседневной жизни. Миллионы людей по всему миру сейчас подключены к Интернету. Это изменило то, как мы думаем, даже то, как мы живем. Влияние Интернета продолжает расти, и с каждым днем все больше из людей и компаний осознают необходимость общения и ведения бизнеса онлайн.

Основанные на Интернете информационно-коммуникационные технологии предоставляют ряд уникальных возможностей для хозяйствующих субъектов и, в частности, для сектора малого и среднего бизнеса. Сегодня электронная среда является

частью глобальной экономики, и экономические процессы, происходящие с помощью электронных и цифровых технологий, становятся необходимым и обязывающим звеном в формировании современного бизнеса [1].

Бурное развитие Интернета безвозвратно изменило облик бизнеса. Электронная коммерция стремительно развивается, и все больше владельцев бизнеса сейчас пользуются этой возможностью, чтобы развивать свой бизнес в Интернете.

На рынке существует множество различных типов фирм, которые ведут бизнес только в Интернете. При открытии интернет-бизнеса владелец должен выполнить те же действия, что и при открытии традиционной фирмы, включая разработку бизнес-плана, написание миссии и решение различных административных вопросов.

Однако не многие предприниматели осознают преимущества, которые может принести онлайн-бизнес в их деятельности. Приведем основные преимущества ведения бизнеса онлайн [2].

Более низкие затраты на запуск и эксплуатацию. Тот факт, что первоначальная стоимость бизнеса дешевле, является одним из самых больших преимуществ электронной коммерции. Аренда одного из помещений физического розничного магазина может стоить до тысяч долларов. Они также должны платить авансом за такие вещи, как вывески для розничной торговли, дизайн магазина, закупку инвентаря, торгового оборудования и другие вещи.

Наличие собственных запасов не является обязательным условием для ведения интернет-бизнеса. Не только это, но и время отгрузки сокращается за счет того, что поставщики отправляют товары непосредственно клиентам.

Также следует отметить, что если деятельность осуществляется через интернет, то сотрудники могут работать где угодно, что упрощает найм людей, которые будут хорошо работать для бизнеса. Это поможет сэкономить денежные средства.

Интернет-маркетинг – лучший выбор, если предприятие только собирается начать свою деятельность. Потому что открытие интернет-бизнеса обходится намного дешевле, чем открытие физического бизнеса.

Наряду с затратами на запуск, маркетинговые затраты онлайн-бизнеса также очень низки, поскольку Интернет является практичным ресурсом. В свою очередь онлайн-реклама может измерить эффективность коммуникаций. Это позволяет определить, какие рекламные сообщения эффективны, а какие нет.

Также следует отметить такое преимущество как потенциальный доступ к глобальному рынку.

Интернет - отличный инструмент для повышения узнаваемости бизнеса. Интернет преодолевает физические границы, тем самым повышая доступность продуктов и услуг для глобальной аудитории. Это может привести к увеличению продаж, поскольку бизнес-предложение выходит на новые рынки, которые в противном случае были бы вне физической досягаемости, особенно если это малый бизнес.

В свою очередь автоматизированные системы и совместное использование ресурсов следует отнести к преимуществам интернет-бизнеса, а именно ведение бухгалтерии и обслуживание клиентов онлайн и получение индивидуальных решений, которые автоматизируют процесс покупки клиентами товаров и услуг. Иначе говоря, можно оптимизировать процессы, экономя ценные рабочие часы на выполнении утомительных задач [3].

Кроме того, Интернет позволяет быстро и легко обмениваться знаниями и информацией.

Интернет-бизнес может предоставить более доступную, простую и быструю бизнес-среду. Те, у кого мало ресурсов и кто хочет начать новый бизнес, могут рассмотреть возможность сделать это онлайн. С помощью интернет-рекламы и

социальных сетей можно начать применять методы нулевого маркетинга с минимальными начальными и административными расходами.

Способность продавцов обеспечивать гибкость клиентов является существенным преимуществом электронной коммерции для бизнеса. Одним из преимуществ является то, что товары и услуги доступны круглосуточно. В результате поставщик может предоставлять свой продукт в любое время и в любом месте.

Не стоит оспаривать тот факт, что обычные магазины не способны привлечь глобальную аудиторию. Онлайн-магазины имеют более широкую аудиторию, чем традиционные магазины, которые доступны исключительно местным жителям.

Одним из главных преимуществ электронного бизнеса является простота, с которой можно получать аналитические данные о клиентах. Предоставление почтовых индексов или адресов электронной почты физическим магазинам вызывает у большинства людей дискомфорт. При осуществлении электронной коммерции можно получить имя, почтовый адрес, адрес электронной почты и номер телефона клиента [3].

Ведение бизнеса в Интернете может обеспечить множество преимуществ компании или бренду, но у него есть несколько недостатков. Вот некоторые недостатки ведения бизнеса в Интернете.

Создание и обслуживание веб-сайта могут быть дорогостоящими. Даже если ведение бизнеса в Интернете может сэкономить деньги в долгосрочной перспективе, процесс внедрения отличается. Поскольку создавать и поддерживать веб-сайт должен профессионал, фирма должна быть готова к значительным начальным затратам.

Первоначально компании потребуется инвестировать в хостинг, поисковую оптимизацию, веб-разработчиков, дизайнеров и фотографов, чтобы размещать фотографии продукта хорошего качества. Это увеличит общие расходы.

Технические ошибки могут привести к убыткам. Самый большой недостаток электронной коммерции – это когда сайт выходит из строя, и никто не может ничего приобрести у бизнеса. По этой причине крайне важно обеспечить размещение веб-сайта на соответствующей платформе.

Из-за острой конкуренции, существующей на онлайн-рынке, вести онлайн-бизнес непросто. Крупные корпорации всегда предлагают более дешевые товары, лучшую рекламу и рекламные акции, и все это может отобрать у вас клиентов. Компания может понести значительные убытки, если не будет выполнен правильный бизнес-план [4].

Негативный опыт работы с клиентами. Клиенты могут высказывать свои жалобы и комментарии о фирмах в социальных сетях. Общественность с большей вероятностью высказывает жалобы, чем хорошие отзывы, что может нанести ущерб репутации компании. Есть несколько случаев жалоб, которые стали вирусными и вынудили компании пересмотреть свои маркетинговые планы или даже свои товары, что стоило им денег и нанесло ущерб их репутации.

Интернет является полезным ресурсом как для потребителей, так и для бизнеса. Но использовать его необходимо осторожно и следовать потребностям и бизнес-стратегии организации, чтобы максимизировать преимущества и свести к минимуму недостатки.

Одним из основных недостатков онлайн-покупок, по мнению потребителей, являются сроки доставки. Когда покупатель покупает что-то лично, он может немедленно забрать это домой. Однако большинство интернет-покупателей получают свои покупки в течение недели или дольше.

**Выводы.** Интернет-бизнес имеет большие перспективы в качестве прибыльной бизнес-стратегии. Во-первых, по сравнению с обычными магазинами, интернет-магазину не потребуется столько персонала. Платформы электронной коммерции также упрощают запуск собственного интернет-бизнеса.

Ведение онлайн-бизнеса может дать ряд преимуществ, но одно можно сказать наверняка: необходимо приложить столько же усилий, сколько и для работы в офлайн-фирме.

#### **Список литературы:**

1. Кушманова, А. А. Интернет-экономика и интернет-бизнес/ А. А. Кушманова, О.Д. Барбашева // cyberleninka: [сайт]. – 2020. – №9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-ekonomika-i-internet-biznes> (дата обращения: 29.03.2024).
2. Верлуп, Е.В. Состояние и перспективы развития интернет-бизнеса в Российской Федерации / Е.В. Верлуп. – Текст: электронный]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-internetbiznesa-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 27.03.2024).
3. 10 преимуществ интернет-магазина перед обычной торговой точкой. – Текст: электронный. – URL. <https://www.imagecms.net/blog/ecommerce/10-preimushchestv-internet-magazina> (дата обращения 01.04.2024).
4. Багирян, В.А. Особенности ведения предпринимательской деятельности в сети Интернет / В.А. Багирян // Финансовые исследования. – 2020. – №4 (69). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vedeniya-predprinimatelskoy-deyatelnosti-v-seti-internet> (дата обращения: 30.03.2024).

Бунзя О. С., студентка

*Научный руководитель:* Комарницкая Е. В., канд. экон. наук  
Донецкий государственный университет, РФ  
*olgabunza72@gmail.com*

### **РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЧИВОЙ РЫНОЧНОЙ СРЕДЫ**

**Актуальность.** В условиях изменчивой рыночной среды, где требования рынка и потребности клиентов постоянно меняются, необходимо активно и гибко адаптироваться, чтобы сохранять и укреплять свою позицию на рынке. Это можно осуществить только при наличии высококвалифицированного и мотивированного персонала. Однако, изменчивая рыночная среда создает определенные вызовы и проблемы, с которыми компании сталкиваются в процессе работы с персоналом.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Информационную базу исследования представляемой работы составили результаты работ Н. А. Александрова [1], Н. В. Балашовой [2], Е. В. Комарницкой [3], А. А. Литвинюк [4], П. Е. Пономаренко [5].

**Целью данного исследования** является анализ социально-экономических аспектов работы с персоналом в условиях изменчивой рыночной среды. Использование научного подхода позволит раскрыть основные факторы, определяющие успех или неудачу организации в управлении персоналом, а также выявить самые эффективные стратегии, способствующие снижению негативного воздействия изменчивости рыночной среды на работников.

**Результаты исследования.** Работа с персоналом в условиях изменчивой экономической среды является сложным и многогранным процессом, требующим особых подходов и стратегий. Её сущность заключается в создании и поддержании



оптимального рабочего коллектива, способного успешно функционировать и адаптироваться к постоянно меняющимся условиям экономической среды.

В данных условиях происходят значительные изменения на рынке труда. Одним из основных изменений является нестабильность социально-трудовых отношений. Работодатели все чаще принимают решение об отказе от постоянной занятости в пользу временных или сезонных работников, что приводит к ухудшению условий труда и социального обеспечения. Также происходит изменение структуры спроса и предложения на рынке труда. В сложившейся экономической ситуации наблюдается сокращение предложения работников во многих отраслях, что приводит к увеличению конкуренции и снижению заработной платы. Некоторые отрасли, напротив, испытывают дефицит квалифицированных кадров, что влечет за собой повышение оплаты труда в этих сферах. На протяжении долгого времени рынок труда подвержен колебаниям и нестабильности, что существенно влияет на его эффективность и приносит негативные последствия для общества. Возможные причины таких колебаний и нестабильностей представлены на таблице 1.

Таблица 1

Причины колебаний и нестабильности	
Причина	Характеристика
Экономический рост и спад.	В периоды экономического подъема спрос на рабочую силу растет, что приводит к сокращению безработицы и увеличению заработных плат. Однако, в периоды экономического спада спрос на рабочую силу снижается, что приводит к увеличению безработицы и снижению заработных плат. Этот цикл повторяется на рынке труда и создает значительную нестабильность.
Технологические изменения	Внедрение новых технологий может приводить к автоматизации и роботизации процессов производства, что приводит к сокращению рабочих мест и увеличению безработицы. Также технологические изменения могут требовать новых навыков и квалификации, из-за чего многие работники оказываются неподготовленными и лишаются возможности конкурировать на рынке труда.
Демографические факторы	Изменение соотношения между численностью работающего и безработного населения может создавать перегрузку или дефицит рабочей силы в определенных отраслях экономики.
Политические и правовые факторы	Изменение законодательства, в том числе в сфере трудовых отношений, может создавать неопределенность и нестабильность на рынке труда. Также политические решения, связанные с иммиграцией и торговлей, могут создавать перегрузку или дефицит рабочей силы в определенных секторах экономики.

Эти колебания и нестабильности напрямую связаны с различными проблемами и вызовами, с которыми сталкиваются организации в условиях изменчивой рыночной среды. Некоторые из таких проблем представлены на рисунке 1.

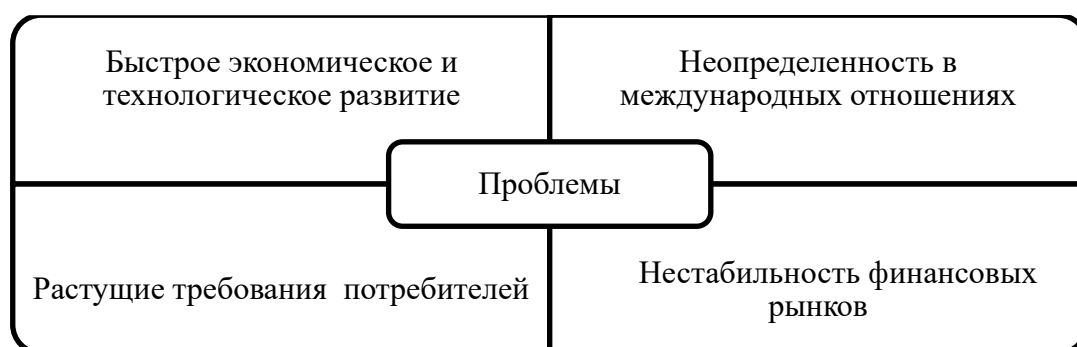


Рис. 1. Проблемы, с которыми сталкиваются организации в условиях изменчивой рыночной среды

1. Развитие технологий и изменение потребительских предпочтений создают новые возможности и требуют от организаций быстрой реакции и адаптации к новым условиям. Появление новых конкурентов усиливает конкуренцию на рынке, что снижает прибыльность организаций и требует от них более эффективного управления ресурсами и разработки инноваций.

2. Политические конфликты, торговые войны и изменение законодательства могут существенно влиять на условия работы организаций и создавать неопределенность в долгосрочных планах. Решение таких проблем требует от организаций разработки стратегий риска и прогнозирования возможных изменений в международной среде.

3. Организации должны учитывать, что потребители ожидают от организаций социальной ответственности и устойчивости, и, в соответствии с этим, разрабатывать стратегии корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития для удовлетворения потребностей потребителей и создания долгосрочной конкурентной преимущества.

4. Финансовые кризисы могут привести к снижению доступности кредитования, увеличению ставок и нестабильности на рынке ценных бумаг. Организации должны быть готовыми к таким ситуациям, иметь запасы средств, разнообразить источники финансирования и разработать механизмы управления финансовыми рисками.

Одной из основных тенденций, наблюдаемых в области работы с персоналом в изменчивой рыночной среде, является увеличение нестабильности занятости. Традиционная модель «работа на всю жизнь» все больше уступает место временным и неполным рабочим местам, а также гибким формам трудовых отношений, таким как фриланс и работа на удаленном доступе. Это требует от организаций адаптироваться к новым условиям и разработать стратегии для привлечения и удержания квалифицированных сотрудников, а также предоставления им возможности для профессионального и карьерного развития. Другой тенденцией можно выделить большую роль автоматизации и цифровизации процессов, что позволяет организациям сократить затраты на персонал и повысить эффективность работы. Однако, в то же время, требуется обеспечить соответствующую подготовку сотрудников для работы с новыми технологиями и учитывать потенциальные социальные последствия для персонала, который может быть замещен автоматизированными системами.

В условиях нестабильного и изменчивого рынка труда, компании должны иметь гибкую стратегию, которая позволяет им адаптироваться к новым требованиям и условиям. Важным шагом в разработке такой стратегии является определение не только текущих потребностей организации, но и ее долгосрочных перспектив, что позволит предугадать возможность появления новых тенденций и решить, какие компетенции необходимо развивать у персонала для будущего успеха. Для снижения негативного воздействия этого фактора и повышения адаптивности работников, необходимо разработать и применять различные эффективные стратегии, такие как:

- повышение уровня информирования сотрудников об изменениях на рынке;
- создание сплоченной рабочей среды;
- постоянное обучение, развитие навыков и гибкости работников;
- развитие культуры роста и адаптивности;
- поддержка баланса работы и жизни.

**Вывод.** Исходя из всего вышеперечисленного, можно заключить, что анализ социально-экономической ситуации на рынке труда помогает выявить тенденции и изменения, влияющие на кадровую политику организации, а также требует разработки стратегии управления персоналом, ориентированной на долгосрочное сотрудничество с

сотрудниками и учитывающей особенности рыночной среды и потребности организации.

#### **Список литературы:**

1. Александрова, Н. А. Управление персоналом в современных условиях организации труда: учебное пособие / Н. А. Александрова, Н. С. Межлумян. – Чита: ЗабГУ, 2022. – 170 с.

2. Балашова, Н. В. Социологическая оценка отдельных аспектов социально-экономической эффективности системы управления персоналом / Н. В. Балашова, А. А. Марасанова // Интеллектуальный и ресурсный потенциалы регионов: активизация и повышение эффективности использования : Материалы V Всероссийской научно-практической конференции, Иркутск, 16 мая 2019 года / Под науч. ред. А.П. Суходолова, Н.Н.Даниленко, О.Н.Баевой. – Иркутск: Байкальский государственный университет, 2019. – С. 270-277.

3. Комарницкая, Е. В. Менеджеральные процессы в условиях цифровой трансформации бизнеса / Е. В. Комарницкая // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2023. – № 1. – С. 101-107. – EDN ОРМРУЗ.

4. Литвинюк, А. А. Управление персоналом: учебник и практикум / А. А. Литвинюк, В. В. Лукашевич, Е. З. Карпенко [и др.]. – 3-е изд., пер. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 461 с.

5. Пономаренко, П. Е. Инновационные и маркетинговые подходы к управлению персоналом в условиях неопределенности рыночной среды / П. Е. Пономаренко, В. И. Чуева, Л. Н. Захарова, С. В. Цаава // Экономика устойчивого развития. – 2021. – № 3(47). – С. 115-121.

Гончар Н. Н., студент

*Научный руководитель:* Ялунер А. Ф., канд. экон. наук  
Донецкий государственный университет, РФ  
*gegrrer2006@gmail.com*

### **УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В РОССИИ**

**Актуальность темы исследования.** Современный этап развития образовательной системы России характеризуется продолжительными реформами и интенсивными инновационными процессами. В условиях трансформационных изменений необходимо осуществлять адаптацию учебных заведений к новым социально-экономическим и технологическим условиям, что требует разработки инструментария управления образовательными организациями. Разработка стратегий и методов управления образовательными организациями обеспечит повышение эффективности системы образования. Этими особенностями обусловлена актуальность выбранной темы.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Рассмотрению вопросов связанных с изучением особенностей управления образовательными организациями посвящены работы таких ученых как Р. Р. Блэйк, Д. С. Мутон, В. С. Лазарев, М. М. Поташник, П. И. Третъяков и др.

**Целью исследования** является рассмотрение особенностей управления образовательными организациями в России.

**Результаты исследования.** Управление образовательными организациями представляет собой комплекс действий и решений руководителя, направленных на организацию, планирование, контроль и адаптацию к изменяющимся внешним и внутренним условиям образовательного процесса. Специфика управления образовательными учреждениями заключается в его целеполагании, ориентированном на развитие человеческого потенциала и социальную значимость образовательной деятельности.

В современной научной литературе выделяются несколько ключевых подходов к управлению образовательными организациями, которые обладают рядом специфических особенностей:

1. Традиционный подход, основывается на иерархической модели управления, в которой принятие решений сосредоточено на верхнем уровне управления. Этот подход характеризуется высокой степенью формализации и стандартизации процессов.

2. Демократический подход предполагает участие широкого круга заинтересованных сторон в процессе управления. Включает совместное планирование, принятие решений и оценку результатов образовательной деятельности.

3. Проектный подход фокусируется на реализации конкретных образовательных проектов, которые способствуют инновационному развитию образовательного процесса. Особенностью этого подхода является временная организация работы, направленная на достижение специфических целей.

4. Адаптивный подход основывается на гибкости образовательных процессов в основе, которой лежит приспособляемость образовательной системы к быстро изменяющимся внешним условиям. Этот подход требует разработки механизмов для эффективного реагирования на новые вызовы и возможности.

Рассмотрим особенности управления образовательными организациями в Российской Федерации. Специфика управления образовательными организациями в России характеризуется высокой степенью централизации, значительным влиянием государственных стандартов и нормативов на содержание и качество образования, а также активным внедрением федеральных и региональных образовательных программ. Одновременно с этим в России развиваются и апробируются новые формы управления, направленные на повышение автономии образовательных учреждений и внедрение инновационных управленческих практик. Однако, несмотря на наличие комплексных мероприятий, направленных на поддержание образовательного процесса в системе управления образовательными организациями России, существуют некоторые проблемы.

К основным проблемам управления образовательными организациями в России можно отнести: несоответствие между уровнем управленческих компетенций и текущими задачами образовательного процесса, недостаточную гибкость управленческих структур, слабую вовлеченность педагогического персонала и учащихся в процесс принятия решений, а также проблемы с адаптацией к быстро меняющимся технологическим и социально-экономическим условиям. С целью решения вышеперечисленных проблем необходимо разработать комплексные мероприятия по совершенствованию управления образовательными организациями. В таблице 1 представлены мероприятия для решения существующих проблем в управлении образовательными организациями.

Представленный комплексный подход к решению существующих проблем в управлении образовательными организациями, охватывает ключевые аспекты мотивации, адаптацию к изменениям, управление ресурсами и повышение качества образовательного процесса. Реализация данных мероприятий позволит

образовательным организациям стать более гибкими, инновационными и открытыми к новым вызовам.

Таблица 1

Комплексные мероприятия по решению проблем управления образовательными организациями

Проблемы	Мероприятия для решения проблемы
Недостаточная мотивация персонала	1. Разработка комплексной системы мотивации. 2. Внедрение программ профессионального развития и карьерного роста.
Слабая вовлеченность заинтересованных сторон	1. Организация открытых платформ для общения и сотрудничества между учащимися, родителями и учителями. 2. Внедрение механизмов совместного принятия решений.
Отсутствие гибкости в управленческих процессах	1. Внедрение адаптивных управленческих структур, способных к быстрой реакции на изменения. 2. Использование гибких методик в управлении проектами и процессами.
Проблемы с адаптацией к новым технологиям	1. Разработка и реализация программ по повышению цифровой грамотности сотрудников. 2. Внедрение современных информационных систем и образовательных технологий.
Недостаточная эффективность образовательного процесса	1. Внедрение системы мониторинга и оценки качества образования. 2. Разработка и адаптация учебных программ на основе обратной связи, полученной от проведенного мониторинга качества образовательного процесса.
Проблемы управления ресурсами	Оптимизация процессов планирования и распределения ресурсов с использованием современных методов управленческого анализа и прогнозирования.
Сопrotивление изменениям	1. Организация тренингов и семинаров по управлению изменениями для персонала. 2. Создание культуры инноваций, в которой сотрудники открыты к нововведениям.
Неопределенность ролей и ответственности	Четкое определение и документирование ролей, обязанностей и полномочий всех участников образовательного процесса для сведения к минимуму конфликтных ситуаций.
Ограниченный доступ к качественному образованию	1. Разработка и внедрение дистанционных и гибридных форм обучения для расширения доступа к образовательным ресурсам. 2. Улучшение инфраструктуры и технологической поддержки.

**Выводы:** Эффективность управления образовательными организациями в России тесно связана с их способностью адаптироваться к постоянно меняющимся внешним и внутренним условиям. В основе повышения качества и доступности образования лежит интеграция гибких управленческих практик, активное вовлечение всех заинтересованных сторон в образовательный процесс и применение цифровых технологий для улучшения системы управления образовательными учреждениями. Существующие проблемы управления образовательными организациями в России могут быть преодолены путем применения научно обоснованных мероприятий, направленных на разработку системы мотивации и гибкое управление проектами. Реализация предложенных мероприятий способствует не только повышению эффективности управления образовательными организациями, но и вносит значительный вклад в развитие образовательной системы России в целом, делая ее более адаптивной, инновационной и ориентированной на удовлетворение потребностей всех участников образовательного процесса.

#### Список литературы:

1. Блэйк, Р. Р. Научные методы управления / Р. Р., Блэйк, Д. С. Мутон. – Высшая школа, 2013. – 356 с.

2. Лазарев, В. С. Управление инновациями в школе / В. С. Лазарев. – М.: Центр педагогического образования, 2008. – 365 с.

3. Поташник, М. М. Эксклюзивные аспекты управления школой: пособие для руководителей образовательных учреждений / М. М. Поташник. – М.: Легион, 2016. – 344 с.

4. Третьяков, П. И. Практика управления современной школой / П. И. Третьяков. – М.: Новая школа, 2005. – 322 с.

5. Философия управления: проблемы и стратегии / Рос. акад. наук, Ин-т философия; Отв. ред. В.М. Розин. – М.: ИФРАН, 2010. – 455 с.

Гудова Е. Д., студент

Научный руководитель: Ялунер А. Ф., канд. экон. наук  
Донецкий государственный университет, РФ  
iamfine1@vk.com

## ВЛИЯНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВА

**Актуальность.** Малый бизнес играет ключевую роль в экономическом развитии государства. Мобильность малых предприятий обеспечивает сглаживание негативных процессов в сфере занятости населения, вовлечение в производство резервов рабочей силы, адаптивность к динамично изменяющейся внешней среде, создание новых видов продукции и развитие научно-технического прогресса. В этой связи стабильность и эффективность функционирования экономики государства зависит от развития и укрепления деятельности малого предпринимательства, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Рассмотрению вопросов, связанных с изучением влияния малого бизнеса на экономическое развитие государства посвящены работы таких учёных как И. Деянова, А. Кузьмин, Н. Петрова, В. Смирнов, Е. Иванова, А. Шадриков, И. Десятниченко, А. Кузнецов и др.

**Целью исследования** является анализ влияния малого бизнеса на экономическое развитие государства.

**Результаты исследования.** Малый бизнес является движущей силой экономического роста и развития государства. Мобильность малого предпринимательства позволяет подстраиваться под потребности, предпочтения потребителей и адаптироваться к изменениям происходящим во внешнем окружении. Специфика малого бизнеса проявляется в его преимуществах, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Основные преимущества малого бизнеса

Черта 1	Характеристика 2
Мобильность и гибкость	Адаптивность к новым требованиям, условиям рынка и быстро изменяющимся вкусам, потребностям, предпочтениям потребителей.
Новаторство	Способствует продвижению инновационных идей.
Особый сервис	Максимальная ориентация на клиента. Малые предприятия имеют прямой контакт с клиентами, что позволяет лучше понимать их потребности и предлагать персонализированные услуги.

1	2
Получение поддержки	Государственная поддержка малого бизнеса и стартапов, которая проявляется в предоставлении налоговых льгот и выделении финансовых ресурсов на их развитие.
Скорость решения вопросов	Руководитель малого предприятия имеет возможность связаться с ответственным специалистом и быстро решить возникшие проблемы.
Контроль деятельности	Минимальное количество сотрудников малого бизнеса позволяет руководителю осуществлять более детальный контроль деятельности персонала и находить индивидуальный подход к каждому работнику.

Малое предприятие способно быстро адаптироваться к новым условиям и перестраивать технологию производства под выпуск уникальной продукции. Развитие и поддержание соответствующего уровня конкурентоспособности малого бизнеса обеспечивается на основе разработки и реализации технологических инноваций.

Сущность категории малого предпринимательства проявляется в его функциях, которые имеют экономическую и социальную направленность. В таблице 1 представлены функции малого бизнеса.

Таблица 1

Функции малого бизнеса

Функция	Характеристика
Экономическая	Способствует развитию рыночной экономики, конкурентной среды и обеспечивает поступление налогооблагаемой базы бюджетов всех уровней.
Ресурсная	Обеспечивает формирование и продуктивное использование капитала, трудовых, материальных, финансовых и информационных ресурсов. Малый бизнес способствует экономии и рациональному использованию ресурсов, что способствует достижению максимального экономического эффекта.
Организационная	Заключается в обеспечении эффективного управления, принятии рациональных управленческих решений и поддержании деятельности предприятия в стратегической перспективе.
Инновационная	Предполагает использование в деятельности субъектов малого предпринимательства цифровых технологий и инновационных подходов.
Социальная	Направлена на создание новых рабочих мест, реализацию творческого потенциала населения, а также повышение уровня социального положения наемных работников.

Маневренность является отличительной особенностью субъектов малого предпринимательства, которая обеспечивает быструю перестройку бизнес-процессов под изменения, происходящие в рыночной среде. Данная специфика изменяет вектор деятельности малого бизнеса и придает рыночной экономике необходимую гибкость. Малые предприятия мобилизуют значительные объемы ранее неиспользуемых государственных и управленческих финансовых и производственных ресурсов, таких как рабочая сила и сырье.

Модернизация и становление рыночных отношений во многом зависят от развития малого бизнеса, который является необходимым условием и составляющей социально-ориентированной конкурентной экономики.

В экономическом развитии государства малый бизнес способствует обновлению экономической системы, созданию глубокой специализации и разветвленной кооперации производства; увеличению темпов экономического роста, эффективному использованию ресурсов, вовлекаемых в бизнес-процессы, социально-политической стабильности общества, стабилизации экономики в период экономического спада, снижению уровня безработицы, индивидуализации и дифференциации

потребительского спроса, ускорению научно-технического прогресса и решению социальных и экономических проблем.

Для эффективного функционирования малых предприятий правительству необходимо разрабатывать и реализовывать ряд мероприятий, которые будут обеспечивать рост и развитие субъектов малого предпринимательства. Государство для обеспечения поддержки малого бизнеса вводит налоговые льготы, упрощенную процедуру регистрации и выделяет финансовые ресурсы на развитие субъектов малого предпринимательства.

**Вывод.** Малый бизнес является движущей силой экономического развития государства, так как обеспечивает создание новых рабочих мест, повышение конкурентоспособности, инновационное развитие, улучшение качества продукции и услуг, увеличение производства и расширение рынков сбыта. Благодаря развитию малого предпринимательства в государстве происходит увеличение налоговых поступлений в бюджет, снижение уровня безработицы, создание и использование творческого потенциала населения, а также разработка и внедрение наукоемких видов продукции.

#### **Список литературы:**

1. Инвестиции в малый и средний бизнес: жесткие критерии и альтернативные решения. – Текст: электронный // Новоросийск. Инвестиционный портал: сайт. – 2024. – URL: <https://investnovoros.ru/ru/news/investicii-v-malyj-i-srednij-biznes-zhestkie-kriterii-i-al-ternativnye-reshenija/> (дата обращения: 08.04.2024).

2. Крупнов, Ю. А. О роли малого и среднего предпринимательства в экономике современной России / Ю. А. Крупнов // Вестник евразийской науки. – 2024. – Т. 16. – № 1. – URL: <https://esj.today/PDF/09ECVN124.pdf> (дата обращения: 08.04.2024).

3. Роль малого бизнеса в экономике России. – Текст: электронный. – URL: <https://smart-estet.ru/articles/rol-malogo-biznesa-v-ekonomike-rossii> (дата обращения: 08.04.2024).

Драгунова Е. Е., студент  
Научный руководитель: Лукин А. Г., д-р экон. наук, профессор  
Самарский университет, РФ  
*eva.makarova.00@bk.ru*

### **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА РАЗРАБОТКУ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Актуальность.** Цифровая трансформация с каждым годом оказывает все большее влияние на все сферы экономики, начиная от ИТ-компаний и заканчивая сферой здравоохранения. При этом цифровые инструменты становятся более доступными различным категориям пользователей, сегодня ими могут воспользоваться как крупные игроки рынка, так и малые предприятия. В связи с этим, цифровые преобразования бизнеса должны быть заложены, прежде всего, в стратегические планы компании, чтобы обеспечить их постепенное внедрение во всех бизнес-процессах и, что немаловажно, в культуру компании при обеспечении соответствия условиям внешней среды.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Ожидается, что к 2025 году глобальный рынок цифровой трансформации достигнет объема в 1.009,8 миллиарда долларов, увеличившись с 469,8 миллиарда долларов в 2020 году, что представляет



собой ежегодный рост на уровне 16,5% за данный период. Компании, которые активно вовлекают в работу директора по цифровизации, имеют в шесть раз больше вероятности успешно осуществить цифровую трансформацию. Исследование от Prophet показывает, что основными движущими силами процесса цифровизации являются рыночные факторы: 51% инициатив направлены на расширение возможностей роста, тогда как 41% инициатив вызваны необходимостью усилить конкурентоспособность. IDC прогнозирует, что к 2025 году технологии искусственного интеллекта будут интегрированы как минимум в 90% всех новых корпоративных приложений [1].

Согласно исследованию Gartner, большинство предприятий (91%) активно занимаются различными цифровыми проектами, и для 87% высокопоставленных лидеров цифровая трансформация является ключевой задачей. Почти все компании (89%) либо уже реализовали стратегию, ориентированную на цифровые технологии в первую очередь, либо планируют это сделать.

Gartner также ожидает, что к 2024 году около 60% данных для ИИ будет создано искусственно, чтобы лучше моделировать реальность и уменьшать риски, связанные с ИИ, что значительно превышает 1% в 2021 году [3].

К 2025 году, по прогнозам Gartner, 75% лидеров крупных предприятий будут способны быстро адаптироваться к изменениям в рыночных условиях и новым отраслевым трендам благодаря использованию цифровых технологий. Ожидается, что 60% больших организаций определит стратегию перехода к модели бизнеса, основанной на сотрудничестве, как ключевую задачу, что даст им преимущество в скорости реализации инноваций перед конкурентами на 80%.

**Цель исследования.** Целью исследования является анализ влияния цифровых технологий на развитие стратегий предприятий.

**Результаты исследования.** Рассмотрим цифровые технологии в качестве драйверов развития стратегии предприятия в таблице 1 [2]. Опыт каждой компании индивидуален, однако, в общем цифровизация оказывает положительное влияние. Исследования Gartner показывают, что более половины (56%) лидеров предприятий отмечают рост доходов благодаря цифровому преобразованию: почти 9 из 10 компаний уже внедрили или планируют внедрить стратегию, приоритизирующую цифровые технологии.

Таблица 1

Влияние цифровых технологий на стратегию компании

Технология	Влияние на стратегию развития	Примеры реализации
1	2	3
Искусственный интеллект (ИИ)	Повышает эффективность процессов, обеспечивает персонализацию продуктов и услуг	Автоматизация обслуживания клиентов через чат-ботов, анализ больших данных для прогнозирования трендов, оптимизация логистических цепочек [4]
Блокчейн	Увеличивает безопасность и прозрачность транзакций, снижает риски мошенничества	Прослеживаемость цепочек поставок, безопасные платежи и денежные переводы
Интернет вещей (IoT)	Оптимизирует производственные процессы, улучшает управление активами, способствует созданию новых пользовательских сервисов	Умное производство с автоматическим контролем качества, системы умного дома для повышения комфорта и экономии энергии, мониторинг состояния оборудования
Большие данные (Big Data)	Позволяет делать обоснованные стратегические решения на основе анализа информации, улучшает понимание потребностей клиентов	Анализ потребительского поведения для формирования персонализированных предложений, оптимизация ценообразования, предсказание тенденций рынка [5]

Окончание табл. 1

1	2	3
Облачные технологии	Обеспечивает гибкость и масштабируемость бизнес-процессов, снижает затраты на ИТ-инфраструктуру	Виртуальные рабочие пространства для удаленной работы сотрудников, хранение и обработка данных в облаке
Цифровая безопасность	Защищает данные и операции от кибератак, повышает доверие клиентов и партнеров, минимизирует риски	Разработка и внедрение комплексных систем защиты информации, использование шифрования данных, обучение по кибербезопасности

Приведем примеры успешной разработки стратегии развития российских предприятий в эпоху цифровизации в таблице 2 [4].

Таблица 2

Примеры успешных цифровых стратегий

Компания	Описание стратегии	Ключевые результаты
1	2	3
Сбербанк	Активная цифровизация банковских услуг, внедрение искусственного интеллекта для персонализации предложений клиентам, разработка экосистемы цифровых продуктов	Один из лидеров цифровой трансформации в банковской сфере России, значительное увеличение доли онлайн-операций, расширение клиентской базы
Яндекс	Разработка и внедрение новых технологических решений в различные сектора экономики: от интернет-поиска до транспорта и доставки. Стратегия включает в себя активное инвестирование в исследования и разработки ИИ	Успешное создание многофункциональной экосистемы, которая охватывает большинство аспектов повседневной жизни пользователей. Укрепление позиций на международном рынке технологий
Росатом	Фокус на цифровизацию производственных процессов и разработку цифровых продуктов для управления атомными электростанциями. Использование больших данных и ИИ для повышения безопасности и эффективности	Повышение эффективности и безопасности работы атомных станций, сокращение расходов на обслуживание и ремонт оборудования, развитие цифровых продуктов для международного рынка ядерных технологий [5]
Wildberries	Внедрение передовых ИТ-решений для оптимизации логистики и управления складами, активное использование данных для анализа потребностей покупателей и персонализации предложений.	Становление крупнейшим онлайн-ритейлером в России с широким ассортиментом товаров и высоким уровнем удовлетворенности клиентов. Значительное увеличение продаж [3]

Опрос Alida показал, что 39% успешных компаний разработали интегрированную стратегию, объединяющую цифровые и физические каналы. Приведенные удачные примеры демонстрируют активное внедрение цифровой трансформации в стратегии развития компаний, однако, существуют и неудачные примеры (по данным McKinsey, примерно 70% проектов по внедрению цифровых изменений заканчиваются неудачей по различным причинам), возникающие из-за различных барьеров. Опрос от Fujitsu среди представителей розничной торговли выявил, что основной проблемой является сложность внедрения цифровых технологий: 76% респондентов оценили этот процесс как достаточно или очень сложный. Среди других ключевых вызовов - 75% указали на нехватку квалифицированных специалистов, 75% на высокие начальные затраты, 75% на длительное время ожидания результатов от внедрения и 74% на проблемы с безопасностью и конфиденциальностью данных [1].

**Выводы.** Стратегия развития современного предприятия должна включать в себя планирование в сфере цифровизации бизнес-процессов, поскольку данный рынок продолжает увеличиваться, а предлагаемые цифровые инструменты становятся все более

доступными. Именно цифровая трансформация может сделать стратегию организации более эффективной, прибыльной при сокращении затрат на ресурсы. Успешные примеры российских компаний демонстрируют многочисленные преимущества от проведения цифрового изменения бизнеса в рамках стратегий, однако, статистика указывает на большое количество цифровых проектов, которые закончились неудачей. Поэтому недостаточно просто внедрить ту или иную цифровую технологию: важно, чтобы она была интегрирована в процессы компании, ее культуру.

#### **Список литературы:**

1. Статистические данные по цифровым преобразованиям и тенденциям. – Текст: электронный. – URL: <https://quixy.com/blog/top-digital-transformation-statistics-trends-forecasts/> (дата обращения 26.02.2024).
2. Гавриш, Е. С. Разработка стратегии цифровой трансформации организации / Е. С. Гавриш, Н. В. Лебедев // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2021. – Т. 11, № 9-1. – С. 425-431.
3. Зенкина, Е. В. Стратегии и методы цифровой трансформации бизнеса и их использование в процессах управления компаниями / Е. В. Зенкина // Наука и искусство управления. – 2023. – № 1. – С. 10-25.
4. Ткаченко, Д. Д. Финансовое планирование предприятий в условиях развития цифровизации экономики / Д. Д. Ткаченко // Дайджест-финансы. – 2021. – Т. 26, № 2(258). – С. 126-147.
5. Трофимова, Н. Н. Ключевые особенности формирования бизнес-стратегии развития предприятия в условиях его цифровой трансформации / Н. Н. Трофимова // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 4, № 3(139). – С. 44-49.

Дениченко В. Ю., Дубык С. В., студенты  
Научный руководитель: Ялунер А. Ф., канд. экон. наук  
Донецкий государственный университет, РФ  
[viktorydenichenko@gmail.com](mailto:viktorydenichenko@gmail.com), [sofia.dubyk@gmail.com](mailto:sofia.dubyk@gmail.com)

### **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СИСТЕМУ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Актуальность.** Система экологического менеджмента является современным подходом предприятия, направленным на обеспечение учета приоритетов охраны окружающей природной среды, соблюдение принципов устойчивого развития и поддержание экологического равновесия. Для достижения баланса экономических и экологических показателей хозяйствующим субъектам необходимо использовать цифровые технологии, которые способствуют переосмыслению подходов к управлению экологической ответственностью предприятия. Использование цифровых технологий в деятельности хозяйствующих субъектов обеспечивает доступность, прозрачность, эффективность и точность системы экологического менеджмента и способствует минимизации отрицательного воздействия на состояние окружающей природной среды. В этой связи необходимым является изучение особенностей влияния цифровых технологий на систему экологического менеджмента предприятия, что и обуславливает актуальность выбранной темы.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблеме применения цифровых технологий в деятельности хозяйствующих субъектов для обеспечения

сохранности окружающей природной среды, посвящены работы таких ученых как А. В. Половян, Е. О. Кравец, Ю. С. Бережная, М. Ю. Заниздра, В. П. Орлов, А. Мил, и др.

**Целью исследования** является выявление особенностей влияния цифровых технологий на систему экологического менеджмента предприятия.

**Результаты исследования.** Система экологического менеджмента представляет собой управление производственным процессом предприятия, которое обеспечивает минимизацию негативного воздействия на окружающую природную среду, предотвращение экологических катастроф и кризисов, соблюдение законодательных, нормативных, правовых актов в сфере природопользования. Основой системы экологического менеджмента предприятия является экологическая политика, которая направлена на рациональное использование ограниченных природных ресурсов и сохранение окружающей природной среды.

К основным элементам системы экологического менеджмента относится:

1. Политика охраны окружающей среды.
2. Планирование – разработка действенных стратегий и мероприятий по улучшению состояния окружающей природной среды.
3. Реализация – внедрение планов по минимизации уровня антропогенного воздействия на окружающую среду.
4. Мониторинг и измерение – систематический анализ данных о воздействии деятельности организации на окружающую среду.
5. Оценка производственных процессов – идентификация основных проблем и возможностей для улучшения экологической эффективности организации.

Система экологического менеджмента помогает предприятию минимизировать негативное воздействие на окружающую среду, повысить эффективность производства, улучшить репутацию, а также снизить расходы на ресурсы и штрафы за нарушения экологических норм и стандартов.

Для рассмотрения особенностей системы экологического менеджмента в условиях цифровой трансформации были выбраны два предприятия, которые активно используют информационно-коммуникационные технологии для мониторинга, анализа и оптимизации экологических показателей деятельности с целью улучшения состояния окружающей природной среды. ПАО «Газпром» и Royal Dutch Shell являются транснациональными энергетическими компаниями, которые осуществляют деятельность в сфере разработки месторождений, добычи, транспортировки и переработки углеводородов. Предприятия активно применяют цифровые технологии для обеспечения технической безопасности производственных процессов и сохранения экологической устойчивости.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика системы экологического менеджмента ПАО «Газпром» и Royal Dutch Shell на основе применения цифровых технологий.

Таблица 1

Сравнительная характеристика особенностей систем экологического менеджмента ПАО «Газпром» и Royal Dutch Shell на основе применения цифровых технологий

ПАО «Газпром»	Royal Dutch Shell
1	2
Внедряет цифровые системы мониторинга и контроля экологических параметров на всех этапах деятельности.	Применяет цифровые технологии для улучшения мониторинга экологических показателей и оптимизации бизнес-процессов.
Использует цифровые платформы для взаимодействия с заинтересованными сторонами и обеспечения прозрачности в экологической деятельности.	Взаимодействует с заинтересованными сторонами через цифровые каналы для обмена информацией и обратной связи.

Окончание табл. 1

1	2
Работает над разработкой и внедрением инновационных технологий для снижения выбросов парниковых газов и улучшения экологической эффективности.	Активно инвестирует в разработку новых технологий для уменьшения воздействия на окружающую природную среду и повышения устойчивости операционных процессов.
Использует цифровые инструменты для управления экологическими рисками и соблюдения законодательства.	Применяет цифровые технологии для управления рисками и обеспечения соответствия законодательству.

Сравнительная характеристика предприятий в таблице 1 свидетельствует о том, что ПАО «Газпром» и Royal Dutch Shell активно внедряют цифровые технологии в систему экологического менеджмента для обеспечения повышения эффективности, прозрачности и устойчивости своих операций.

В таблице 2 рассмотрены цифровые технологии, применяемые ПАО «Газпром» и Royal Dutch Shell в системе экологического менеджмента.

Таблица 2

Цифровые технологии, применяемые ПАО «Газпром» и Royal Dutch Shell

Вид цифровых технологий	ПАО «Газпром»	Royal Dutch Shell
Искусственный интеллект	+	+
Технологии для мониторинга	+	+
Системы анализа	+	+
Технологии для снижения выбросов парниковых газов (улавливание и хранение углерода и т.д.)	-	+
Цифровая обратная связь	+	+
Автоматизированные системы для оптимизации энергоэффективности	-	+

Из таблицы 2 видно, что Royal Dutch Shell является инновационной компанией, которая применяет широкий спектр цифровых технологий для оптимизации производственных процессов и системы экологического менеджмента. ПАО «Газпром» в системе экологического менеджмента не использует технологию для сжигания выбросов парниковых газов и автоматизированные системы для оптимизации энергоэффективности.

**Вывод.** Цифровая трансформация является эффективным инструментом системы экологического менеджмента предприятия. Применение цифровых технологий в системе экологического менеджмента обеспечивает повышение уровня экологической ответственности компании, оптимизацию бизнес-процессов, рациональное использование ограниченных природных ресурсов, а также способствует снижению уровня антропогенного воздействия на окружающую природную среду.

#### Список литературы:

1. Шипилов, Н. Ю. Экологический менеджмент: стратегический аспект / Н. Ю. Шипилов // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2020. – № 1 (25). – С. 184–190.
2. Шабанова, Д. Н. Система экологического менеджмента на предприятиях нефтегазового комплекса / Д. Н. Шабанова, Е. Г. Миллер, А. В. Александрова // Стандарты и качество. – 2020. – № 2. – С. 84-88. – EDN NJIFFF.
3. СТО Газпром недр 7.0-2021. Система экологического менеджмента. Требования и руководства по применению. – М.: ПАО «Газпром», 2021. – 100 с.

4. Анализ функционирования системы экологического менеджмента на предприятии ООО «Газпром недра» за период с 2018 по 2022 годы / И. А. Чеховских, В. В. Перепелкин, Т. Ю. Доценко [и др.] // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 98-6. – С. 122-127. – DOI 10.18411/trnio-06-2023-328. – EDN OLAQOE.

6. Стефаненко, М. Н. Совершенствование экологического менеджмента на предприятии / М. Н. Стефаненко // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2023. – № 4(82). – С. 184-187. – DOI 10.34771/UZCEPU.2023.82.4.035. – EDN BCRUJQ.

7. Половян, А. В. Концепция механизма устойчивого развития предприятия в условиях smart-промышленности / А. В. Половян, А. Ф. Ялунер // Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона: монография / под общ. ред. Е. Г. Кошелевой. – Курск: Изд-во ЗАО «Университетская книга», 2020. – С. 38-48.

8. Кравец, Е. О. Взаимосвязь цифровизации и концепции устойчивого развития / Е. О. Кравец, М. А. Свицерская // Актуальные вопросы устойчивого развития регионов, отраслей, предприятий: Материалы Международной научно-практической конференции. В 4-х томах, Тюмень, 23 декабря 2022 года. Том 1. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2023. – С. 211-215.

Загоруйко Т. Н., соискатель

ГБУ «Институт экономических исследований», РФ

*zagoruykotatiana@mail.ru*

## **ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА СТРАН МИРА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ: ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ**

**Актуальность.** Несмотря на геополитическую ситуацию страны выстраивают свою энергетическую политику таким образом, чтобы создать интеллектуальную цифровую энергосистему с интегрированными и гибкими технологиями, что позволит поддерживать и стимулировать трансформацию электроэнергетической системы, ускорять потребление новой энергии и способствовать достижению целей по максимальному выбросу углерода и нейтральности.

Ключевым моментом в данном вопросе станут используемые цифровые технологии. В энергетической отрасли происходит сдвиг от акцента на аппаратном обеспечении к возрастающей важности программного обеспечения для того, чтобы сделать энергетические системы более эффективными, устойчивыми и цифровыми.

**Анализ последних публикаций.** Вопросы развития энергетической отрасли и проведения энергетической политики отражены в трудах А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, С.Н. Гриневской [1], В.А. Кавыршиной [2], Ю.Н. Полшкова [3], Е.О. Кравец [4] и др. Однако, вопрос определения цифровых инструментов, которые внедряются в энергетическую отрасль при реализации энергетической политики исследован в недостаточной степени.

**Целью исследования** является определения цифровых инструментов, которые внедряются в энергетическую отрасль при реализации энергетической политики.

**Результаты исследования.** Согласно Bloomberg New Energy Finance прогнозируются значительные изменения в применении цифровых технологий, используемых в энергетике, с 2017 г. до 2025 г. (рис. 1) [5].



Пояснение: \* – прогнозные значения

Рис. 1. Размер мирового рынка цифровых технологий в энергетике с прогнозом до 2025 г. [5]

Сегодня наиболее широко цифровые технологии, такие как датчики, сбор данных и аналитика, используются в энергетическом секторе для повышения эффективности работы генераторов, работающих на ископаемом топливе. Выручка от цифровых услуг по эксплуатации и техническому обслуживанию на ископаемом топливе, оценивалась в 24 млрд долл. США в 2017 г. – около 44% от общего объема рынка цифровизации, при этом прогнозируется что к 2025 г. она уменьшится до 11 млрд. долл. США.

Наиболее значительные изменения в доходах от цифровых технологий произойдут в сфере управления энергопотреблением, которые вырастут с 1 млрд. долл. в 2017 г. до 11 млрд. долл. США в 2025 г. Крупнейшим фактором роста доходов от цифровых технологий в 2025 г. станут интеллектуальные счетчики, которые вырастут на 44% в период с настоящего момента по 2025 г., до 26 млрд. долл. США.

Следовательно, энергетическая политика стран мира будет направлена на внедрение в энергетическую отрасль цифровых инструментов:

автоматизации энергетической отрасли, которые позволят предприятиям сократить свои расходы (требуется меньше сотрудников для мониторинга процессов), следовательно, предприятия могут сосредоточиться на контроле качества, поиске новых источников энергии и т.д.;

децентрализации энергетических рынков. Сегодня наблюдаются постоянные изменения в способах производства и продажи энергии в связи с растущей тенденцией использования возобновляемых источников энергии. Страны и энергетические предприятия тестируют новые инновационные подходы и методы;

интернета вещей для энергетического сектора, который включает планирование и управление энергопотреблением в различных областях. Услуги по разработке Интернета вещей имеют решающее значение для внедрения этих технологий и позволяют предприятиям повышать эффективность производства, продажи и распределения энергии;

технологии искусственного интеллекта, обеспечивают быстрый поток энергии и данных между поставщиком энергии и потребителями. Интеллектуальные сети обеспечивает процессы управления данными (сбор, хранение, анализ. С помощью расширенной аналитики и машинного обучения для выявления неисправностей на предприятиях по производству энергии и точного прогнозирования спроса на энергию;

облачные вычисления, которые включают серверы, хранилища, базы данных, сетевое взаимодействие и аналитику через Интернет для управления производством, распределением и обеспечением энергией;

технологии блокчейна обеспечивают прозрачность в одноранговой торговле энергией. Энергетические предприятия могут хранить избыточную мощность в блокчейне с помощью интеллектуальных счетчиков. Позже алгоритмы смогут автоматически сопоставлять покупателей и продавцов избыточной энергии с помощью смарт-контактов [6].

**Выводы.** Таким образом, не смотря на экономический спад вследствие пандемии и высокие цены на энергоносители мировое потребление энергии продолжает расти [7]. Это вынуждает страны менять свою политику в сторону усиления роли цифровых технологий и инноваций в секторе энергетики. Цифровизация позволяет эффективнее управлять производством, распределением и потреблением энергии, увеличивать энергетическую эффективность, внедрять возобновляемые источники энергии и улучшать прогнозирование спроса на энергию.

Также цифровизация обеспечивает возможности для создания глобальных сетей энергетической информации, обмена опытом между странами и сокращения зависимости от традиционных видов энергии. Международная энергетическая политика в условиях цифровизации становится более гибкой, адаптивной и децентрализованной, что способствует улучшению безопасности поставок энергии, сокращению выбросов парниковых газов и устойчивому развитию энергетического сектора в целом.

#### **Список литературы:**

1. Половян, А. В. Развитие промышленного сектора экономики: оценочные параметры / А. В. Половян, Р. Н. Лепа, С. Н. Гриневская. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 3(31). – С. 5-27.

2. Кавыршена, В. А. Повышение степени экономической безопасности электроэнергетики ДНР / В. А. Кавыршина. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 4(32). – С. 100-111.



3. Полшков, Ю. Н. Оценка эффективности реализации промышленной политики в контексте устойчивого развития экономики города / Ю. Н. Полшков. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 2(30). – С. 130-145.

4. Кравец, Е. О. Мировой энергетический рынок в условиях ограничений / Е. О. Кравец. – Текст: непосредственный // Вестник ДонНУ. Серия «Экономика и право». – 2022. – № 1. – С. 169-174.

5. Market for Digitalization in Energy Sector to Grow to \$64BN by 2025. – Текст: электронный // Bloomberg New Energy Finance. – URL: <https://about.bnef.com/blog/market-digitalization-energy-sector-grow-64bn-2025/> (дата обращения 18.03.2024).

6. Digital transformation in the energy industry: overview and tips. – Текст: электронный // WAVERLEY. – URL: <https://waverleysoftware.com/blog/digital-transformation-in-the-energy-industry/#:~:text=Digital%20transformation%20is%20a%20set,transformation%20in%20the%20energy%20sector> (дата обращения 18.03.2024).

7. Modest global economic growth and challenges ahead. – Текст: электронный // The Economist Intelligence Unit. – URL: <https://www.eiu.com/n/campaigns/global-economic-outlook-march-2023/> (дата обращения 18.03.2024).

Иотко А. Р., студент

*Научный руководитель:* Кравец Е. О., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

*iotkoA23@mail.ru*

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

**Актуальность.** Сегодня завоевание предприятием достойного места на региональном и мировом рынке, достижение высоких показателей деятельности во многом зависит от использования современных информационных технологий, а также от роли этих технологий в процессе управления.

Таким образом, изучение информационных технологий в управлении предприятием, вопросов их внедрения и использования является актуальным.

**Анализ публикаций.** Развитие рынка информационных технологий, его проблемы и перспективы рассматриваются такими учеными как Мельников В.П., А.С. Бабаниным, С. Войтко, А. Литвиным. Исследование в области информационного обеспечения было проведено авторами: Ю. Дмитриева, С. Коптелова, А. Кадырова, И. Еременко и др.

Однако, при всем разнообразии исследований в этой области, не все теоретические и методологические аспекты процессов управления информацией, необходимые для повышения эффективности и качества управления предприятием, а также развития его деятельности, остаются недостаточно изученными.

Таким образом, **целью** данного исследования является изучение теоретических аспектов информационного обеспечения системы управления предприятием.

**Результаты исследования.** В условиях цифровой трансформации предприятиям необходимо обеспечить эффективный учет и контроль над процессами производства и сбыта продукции, что повышает ответственность за своевременность и качество

решений, принимаемых линейными и функциональными руководителями и управленцами на основе оперативной информации, для достижения конечных результатов хозяйственной деятельности.

В связи с этим особую роль играет информация, которая характеризует ход производства и реализации продукции и является ключевым фактором в системе организации и управления хозяйственной деятельностью.

Информационная поддержка для обеспечения механизма управления развитием бизнес-процессов включает в себя формирование и последующее функционирование общей системы, которая включает в себя информационные ресурсы, информационные технологии, программное обеспечение и соответствующий персонал, с последующим дальнейшим разделением по подсистемам информационной поддержки для обеспечения глубокого анализа и удобства, т.е. информационную платформу бизнес-процесса и механизма управления развитием бизнес-процессов.

Вся работа с информацией в современной системе управления предприятием состоит из следующих частей:

- 1) сбор необработанных данных;
- 2) перемещение информации от одного источника к другому;
- 3) обработка и пересечение информации из одной формы в другую;
- 4) хранение обработанной информации;
- 5) поиск и доступ к информации, которая хранится;
- 6) формирование информации в удобном виде для пользователя.

Информационные системы помогают менеджерам разных уровней решать следующие задачи: объединяться в единое информационное пространство; шире использовать математические методы в экономике – согласовывать экономические процедуры с международными требованиями.

В свою очередь, информационное обеспечение деятельности руководства должно соответствовать следующим целям и задачам: удовлетворять информационные потребности управленческих структур, обеспечивать их документированной информацией; формировать, заполнять, поддерживать, размещать, обновлять и использовать информационные ресурсы предприятия; создавать и развивать систему обработки, использования и передачи необходимой информации; разработать систему качественного и оперативного предоставления информации.

Информационное обеспечение управления должно учитывать законодательные, нормативные государственные ограничения и обеспечивать надлежащий уровень безопасности использования технических достижений и средств. Информация должна включать: законодательные государственные акты; указы, резолюции и распоряжения президента и правительства; правовые акты, принятые органами исполнительной власти; материалы, изложенные в методической документации; государственные специализированные стандарты.

Этапы информационного обеспечения системы управления предприятием включают в себя:

- 1) построение системы управления (если она еще не была создана), предоставление описания бизнес-процессов предприятия наряду с отображением потребностей и проблем, связанных с их информационной поддержкой;
- 2) принятие высшим руководством управленческого решения относительно намерения создать Информационную систему;
- 3) распределение ответственности за создание информационной системы;
- 4) анализ информационных потоков, сопровождающих бизнес-процессы;
- 5) анализ затрат и выгод при проектировании и внедрении информационной системы.

Информационная система поддержки бизнес-процессов включает в себя информационные ресурсы (все доступные данные, информация для принятия решений), информационные технологии (набор инструментов (в том числе технических) и инструментальных средств для поиска, обработки и выдачи выходной информации), программное обеспечение (набор программного обеспечения для обработки информации и программных документов, необходимых для управление программами [1], а также квалифицированный персонал, несущий непосредственную ответственность за создание, эксплуатацию и модернизацию (системные администраторы, ИТ-специалисты, другой персонал службы технической поддержки).

Источники информации в основном представлены нормативными справками (нормативно-правовые акты, законы, подзаконные акты и т.д.), информацией, основанной на планировании (бизнес-планы, проекты), фактографической информацией (бухгалтерские записи из первичных бухгалтерских документов и дополнительные записи (результаты проверок, аудиторские отчеты, контракты)).

Основными факторами, оправдывающими информационное обеспечение системы управления предприятием, являются:

Снижение затрат: Ввод данных в систему (обработка транзакций), позволяет мгновенно использовать эти данные для анализа и принятия решений, не требует каких-либо дополнительных действий, связанных с получением и обработкой информации.

1. Быстрый доступ: информация может быть предоставлена менеджеру практически мгновенно. Даже сложные отчеты и статистические данные о работе предприятия требуют всего нескольких минут ожидания. Это сокращает время, необходимое менеджерам для получения необходимой информации. Это также означает, что предоставленная информация верна, и решения, принятые на ее основе, могут принести больше пользы организации.

2. Интерактивность: современные системы управления информацией предоставляют пользователям мгновенный доступ к необходимой информации. Пользователь может создавать различные заявления и отчеты с информацией, необходимой для принятия правильного решения. Информация, генерируемая системой, не требует трудоемких и дорогостоящих услуг программистов, аналитиков.

3. Гибкость: руководство сталкивается со многими прогнозируемыми ранее проблемами принятия решений (например, с отчетами о бюджете или эффективности). Такие проблемы могут быть решены с использованием проверенных алгоритмов, приложений и процедур принятия решений. Однако проблемы, которые возникают впервые и для решения, которых не существует заранее запрограммированных алгоритмов обработки, являются серьезной проблемой для компьютерных систем. Передовые системы предоставляют возможность относительно простого внедрения новых модулей, алгоритмов и приложений для обработки информации в ответ на растущие потребности руководства организации.

**Выводы.** Информационное обеспечение воздействует на элементы управления промышленным предприятием, что подтверждает важность и незаменимость его во всех сферах деятельности. Именно использование информационного обеспечения позволяет эффективно достичь цели предприятия. Формирование целей является задачей стратегического управления предприятием. Это может быть конкретная операционная цель, например, повышение энергетической эффективности предприятия до заданного значения или набор операционных целей, достижение которых приводит к реализации стратегической цели.

#### **Список литературы:**

1. Кораблев, А.В. Современный подход к формированию информационного

обеспечения системы управления предприятием / А.В. Кораблев // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 10 (part 1). – Р. 41-46.

2. Ищенко, М.М. Актуальные проблемы организации информационного обеспечения системы управления предприятием / М.М. Ищенко, П.А. Крылов // Вестник УМЦ. – 2018. – №4 (21). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-organizatsii-informatsionno-obespecheniya-sistemy-upravleniya-predpriyatiem> (дата обращения: 03.04.2024).

3. Мельников, В.П. Информационное обеспечение систем управления: учебник для студ. высш. учеб. заведений / В.П. Мельников. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 336 с.

4. Мержо, М. Ш. Информационное обеспечение бизнес-процессов предприятия/ М. Ш. Мержо, Л. Ш. Янгильбаева // Журнал прикладных исследований. – 2022. – №11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-obespechenie-biznes-protsessov-predpriyatiya> (дата обращения: 04.04.2024).

Козырь М. А., студент

*Научный руководитель:* Гришина И. В., канд. экон. наук, доцент  
Севастопольский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова  
*Marinakozir05.10.2002@gmail.com*

## **РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО ПОДХОДА В HR-МЕНЕДЖМЕНТЕ**

**Актуальность.** Эффективность деятельности любой социально-экономической системы в значительной степени зависит от уровня развития ее HR-менеджмента. Персонал компании вынужден действовать в сложных условиях перманентных и зачастую непредсказуемых изменений внешней среды. Это требует пересмотра применяемых методов, инструментов, технологий в сфере HR-менеджмента, а также выбора наиболее соответствующего подхода к управлению.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Актуальные исследования вопросов повышения эффективности деятельности компаний, как правило, так или иначе акцентируют внимание на необходимости совершенствования работы с персоналом. При этом процессный и функциональный подходы не позволяют системно раскрыть потенциал кадрового функционала в компании - в большей степени это позволит сделать корпоративный подход.

**Цель исследования.** Целью исследования является анализ применения корпоративного подхода в практике HR-менеджмента российских компаний и определение направлений его развития.

**Результаты исследования.** Корпоративный подход в HR-менеджменте реализуется в рамках разработанной корпоративной стратегии и помимо настройки классических элементов системы управления персоналом (реализации соответствующей политики) предполагает внедрение и развитие определенной модели поведения внутри компании, формируемой в процессе функционирования корпоративных структур, разделяемых всеми сотрудниками.

Иными словами, важно сформировать и постоянно развивать корпоративную культуру - как основу обеспечения эффективного взаимодействия стейкхолдеров в процессе корпоративного управления [1].

Необходимо отметить, что в современной корпоративной практике к сотрудникам предъявляется все больше требований. Через рост числа ключевых показателей

деятельности, разнообразных индивидуальных и групповых оценочных критериев, менеджеры компании стремятся достичь большей эффективности от проводимой деятельности, с целью поддержания перспектив развития компании. Однако, важно понимать, что увеличение требований к персоналу в рамках корпоративного подхода должно сопровождаться развитием систем мотивации в различных ее проявлениях.

Кроме того, применение корпоративного подхода также распространяется на подсистему HR-менеджмента корпорации через формирование компетентного штата сотрудников, создание благоприятных условий для эффективной работы, что способствует реализации целей корпоративного управления в повышении стоимости корпорации, привлечении инвестиций.

Проведенный компанией TalentTech Консалтинг опрос российских компаний (рис. 1) показал, что наиболее актуальной задачей для них на 2023 – 2024 год выступает поиск высококвалифицированных менеджеров, что связано с серьезным оттоком квалифицированных управленческих кадров в 2022 году.

В рамках сокращения затрат на постоянный поиск новых сотрудников современный корпоративный подход предполагает делать ставку на сохранение уже работающих и адаптацию новых сотрудников, которые на базе компании в рамках действующей корпоративной культуры смогут обеспечить личностный и карьерный рост, что позитивно отразится через систему корпоративных ценностей на развитии компании в целом [2].



Рис. 1. Доля основных задач в корпоративном HR-менеджменте в современных компаниях Российской Федерации

Такого мышления придерживаются лишь в 10% российских компаний, что свидетельствует о медленном развитии корпоративного управления в России. Стоит отметить, что на управление персоналом большое влияние оказала частичная мобилизация, повысив долю женщин в рамках рассмотрения кандидатур и сохранения в штате. 26% респондентов отметили, что на фоне частичной мобилизации сократилось число компетентных сотрудников, в особенности в технических направлениях [2].

В российской практике управления персоналом в корпорациях наиболее распространённым выступает применение реактивной HR-политики, что на фоне сложностей в корпоративном управлении лишь усугубляет положение. Такого рода сложности в корпоративном подходе заключаются в отделении прав собственности от прав управления, так как присутствует распыление прав собственности между акционерами корпорации. Спецификой такого типа политики управления персоналом

является разрешение кризисных ситуаций по уже возникающим конфликтным симптомам в компании.

Однако, российские компании за счет применения корпоративного подхода стремятся развиваться в направлении активной политики, прогнозируя кризисные ситуации и разрабатывая тем самым заранее корпоративные мероприятия, которые призваны способствовать поддержанию сформированной социальной матрицы, повышению сплоченности коллектива корпорации, сохранения компетентного штата сотрудников.

Для совершенствования HR-менеджмента через корпоративный подход руководителям компании необходимо активно и комплексно применять все разнообразие существующих методов менеджмента, которые можно разделить на три группы:

1. Экономические методы.
2. Административные методы.
3. Социально-психологические методы.

Исследования показали, что, например, в рамках экономических методов управления персоналом всё больше набирает обороты в российской практике оформление корпоративных транспортных карт, что позволяет сотрудникам добираться вовремя и не беспокоится о выделении дополнительных денежных средств. Также менеджмент компаний на основе партнерских отношений предусматривает корпоративные скидки на обеды для сотрудников и прочее.

Административные методы должны реализовываться совместно с другими, подкрепляя корпоративную систему и внедряемые в ней изменения формальной документацией, которая вызвала бы у сотрудников чувство доверия. Корпоративный подход предполагает учет интересов всех сотрудников, обеспечение их требований и ожиданий, связанных с соблюдением законодательства, стабильностью условий и оплаты труда, а также социальных гарантий.

Любые экономические и административные методы должны коррелировать с социально-психологическими, предусматривающими формирование корпоративной культуры, определение норм и ценностей, разделяемых всеми сотрудниками, тимбилдинг, наставничество и прочее. Именно за счет регулярного мониторинга морально-психологического климата, уровня лояльности и удовлетворенности персонала в компании, руководство сможет своевременно разработать и внедрить корпоративные изменения. Кроме того, использование социально-психологических методов направлено на сокращение вызванных различными факторами конфликтов и их негативных последствий.

Согласно исследованию Т. Нестика, доктора психологических наук, заведующего лабораторией социальной и экономической психологии Института психологии РАН, отмечается рост тревожности и депрессии в последние годы, в особенности данный рост наблюдается у граждан Российской Федерации в возрасте 18-24 года – 71%, а также 25-34 года – 45% [3].

Данная статистика напрямую связана с необходимостью в современных условиях поддерживать благоприятный морально-психологический климат в компаниях, что приводит к снижению текучести кадров, то есть предотвращает необходимость в поиске квалифицированных кадров.

**Выводы.** Таким образом, применение корпоративного подхода в HR-менеджменте, предполагающего системную реализацию политики управления персоналом, обеспечение должной мотивации, а также построение и развитие корпоративной культуры через административные, экономические и социально-психологические методы, соответственно, призвано помочь российским корпорациям

сохранить квалифицированных кадров в своём штате, а также повысить результативность и эффективность их деятельности.

#### **Список литературы:**

1. Бутько, Ю.В. Корпоративная культура и управление персоналом / Ю.В. Бутько // Экономика и социум. 2018. – №12(55). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-i-upravlenie-personalom> (дата обращения: 11.03.2024).
2. Переломный момент. Как российские компании справились с HR-вызовами 2022 года. Исследование HR. – Текст: электронный. – URL: <https://potok.io/blog/hr-research/hr-strategy-2022-2023/> (дата обращения: 07.04.2024).
3. Психологическое состояние российского общества в условиях СВО – Т. Нестик. СоциДиггер. Электронный ресурс [Режим доступа]: <https://sociodigger.ru/articles/articles-page/psikhologicheskoe-sostojanie-rossiiskogo-obshchestva-v-uslovijakh-svo> (дата обращения: 07.04.2024).

Колосов Р. А., Коротыч В. В., студенты  
*Научный руководитель:* Комарницкая Е. В., канд. экон. наук  
Донецкий государственный университет, РФ  
*Romane2k19@gmail.com, korotih2017@gmail.com*

### **РОЛЬ ИНЖИНИРИНГА В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

**Актуальность темы исследования.** Необходимость внедрения методов инжиниринга в управление современными компаниями как инструментов менеджмента для развития, роста прибыли и укрепления конкурентоспособности на рынке, позволяет повысить производительность и оптимизировать процессы организации. Результатом инжиниринга может быть создание комплекса бизнес-моделей предприятия, служащих для оптимизации самих бизнес-процессов [1].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Информационной базой для исследования данной статьи послужили работы Завьяловой Н. Б. [1], Старикова А. А. [2], Брежневой В. В. [3], Квакина А. А. [4] и др., Онофрюка Т. И. [5] и Комарницкой Е. В. [6].

**Цель исследования:** определить роль инжиниринга в современных методах управления организацией как формы проявления процессного подхода к деятельности предприятия.

**Результат исследования.** По мнению автора статьи, Завьяловой Н. Б. [1] для современного развития бизнеса являются актуальными следующие направления: разработка коллекции брендов; разработка и внедрение новых продуктов; деятельность по доставке сырья, материалов и готовой продукции; производство и продвижение на рынке своих товаров.

В настоящее время роль актуального и современного бренда имеет очень большое значение для продвижения фирмы к успеху, поэтому устойчивость бизнеса и известность организации достигается при условии ассоциации бренда компании с ее продукцией. Следовательно, необходима не только отладка бизнес-процессов, но и грамотная технология управления брендом самого предприятия и брендами его

продукции. Для решения всех вышеописанных задач автор статьи предлагает следующую схему (рис. 1):

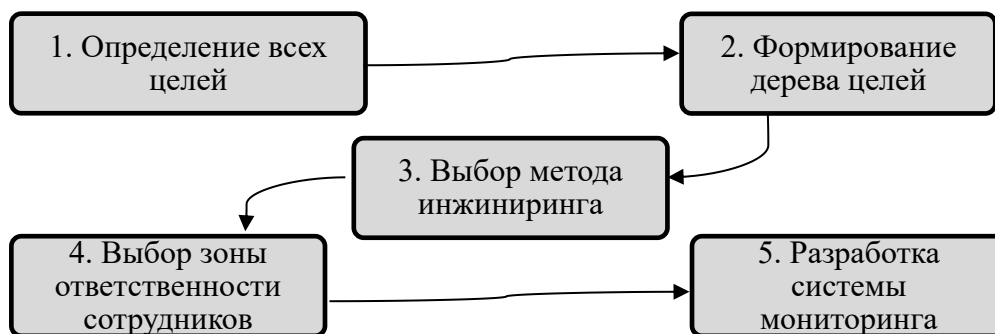


Рис. 1. Схема последовательности действий в инжиниринге

Таким образом составляется и вводится в действие бизнес-модель предприятия для основы его управления и создания фундамента корпоративного знания.

Автор Старикова А. А. [2] в своей статье описывает следующую классификацию видов инжиниринга:

**Комплексный** – включает в себя экономическое обоснование, техническую разработку и реализацию всех мероприятий.

**Реинжиниринг** – улучшение всех основных показателей деятельности предприятия.

**Компьютерный** – многофункциональное исследование на основе компьютерных технологий.

**Маркетинговый** – разработка, внедрение и продвижение новой конкурентной продукции на рынке [5].

Автор статьи Брежнева В. В. [3] делает акцент на двух важных видах реинжиниринга – обратный и прямой. Обратный инжиниринг проводится для уже существующего бизнеса, а прямой – для создаваемого. По мнению автора, сам процесс реинжиниринга есть необходимость проводить в компаниях при следующих ситуациях: фирма находится на грани разорения; руководство предполагает возникновение сложно разрешимых проблем; для компаний-лидеров, которые проводят агрессивную политику на рынке.

Квакина А. А. [4] в своей статье отмечает, что процесс реинжиниринга бизнеса состоит из четырех этапов:

1. Установка целей и стратегии компании, ее потребностей в клиентах, общего уровня бизнеса в отрасли и текущего состояния компании на данный момент является основой для разработки будущего вида организации.

2. Ориентация на создание новой модели фирмы – проводится детальное описание компании, идентификация ее основных процессов и оценка их эффективности на основе применения информационных систем

3. Разработка структуры нового бизнеса путем прямого инжиниринга

4. Внедрение и опробование новых перепроектированных процессов, их интеграция в существующую систему, тестирование цифровой среды, обучение сотрудников и переход к новой форме работы компании.

Смысл реинжиниринга состоит в том, чтобы отказаться от общепринятых представлений и изобрести новые подходы к функционированию бизнес-процессов в организации.



На основе всего вышеперечисленного можно выделить, что бизнес-инжиниринг описывается из двух факторов: внутренних и внешних. (рис. 2) [5]:

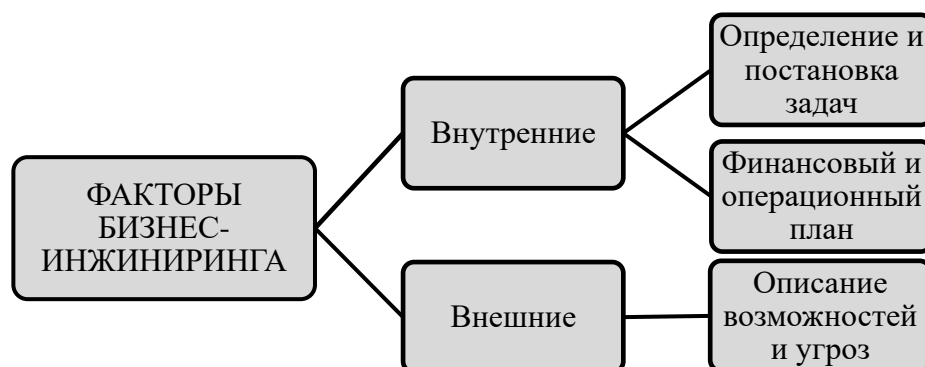


Рис. 2. Факторы бизнес-инжиниринга

Внутренние факторы:

1. **Определения и постановки задач** - проводятся для выбора и обоснования целей компании. Акционеры или владельцы фирмы решают, что в итоге они хотят получить, для этого разрабатывается ряд предложений, на основе которых выбираются цели.

2. **Финансовый и операционный план** – это увеличение выручки и получение определенного объема прибыли, снижение затрат на производство продукции.

Внешние факторы – **описание возможностей и угроз** – политические, экономические, демографические, технологические и др.

На основании исследования предлагается выделить четыре направления инжиниринга:

1. Материалы.
2. Продукты или изделия (комплексные продукты; системы и компоненты).
3. Производственный инжиниринг (технология).
4. Управление (менеджмент).

Следовательно, объектами инжиниринга могут быть: производственные машины, системы электроснабжения, технологические процессы, строительные конструкции и помещения, а также система менеджмента предприятия.

**Выводы.** На основании вышеописанных и изученных информационных источников, выяснили, что использование инжиниринга позволяет организациям разрабатывать и внедрять новые технологии, улучшать качество продукции или услуг, сокращать издержки и повышать конкурентоспособность на рынке. Рассмотрены и определены возможности и перспективы развития инжиниринга и реинжиниринга. Оба этих процесса являются формами проявления процессного подхода к управлению предприятием.

#### Список литературы:

1. Завьялова, Н. Б. Инжиниринг как инструмент менеджмента в развитии малого и среднего предпринимательства / Н. Б. Завьялова, Д. В. Завьялов // Проблемы современной экономики. – Новосибирск. – 2012. – № 8. – С. 108-112.
2. Инжиниринг и реинжиниринг бизнес-процессов / А. А. Старикова, А. А. Малый, А. А. Агеева [и др.] // Наука и образование XXI века: актуальные вопросы теории и практики: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 27 декабря 2021 года. – Чебоксары: Негосударственное образовательное

частное учреждение дополнительного профессионального образования «Экспертно-методический центр», 2021. – С. 92-95.

3. Брежнева, В. В. Бизнес-инжиниринг: описание бизнес-знаний, этапы интеграции и управление процессом бизнес-инжиниринга / В. В. Брежнева, И. М. Яхонтова // Информационное общество: современное состояние и перспективы развития : сборник материалов VIII международного форума, Краснодар, 26–30 декабря 2016 года. – Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет, 2017. – С. 63-65.

4. Рейнжиниринг бизнеса: сущность и методы / А. А. Квакина, М. В. Карпова, С. Н. Никулина, Н. В. Рознина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 2. – С. 380-385.

5. Онофрюк, Т. И. Развитие процессного подхода в менеджменте организаций (инжиниринг и реинжиниринг) / Т. И. Онофрюк. – Текст: электронный // Студенческий научный форум; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – 2019. – URL: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018017003?ysclid=luchy95rjr664296076> (дата обращения: 02.04.2024).

6. Комарницкая, Е. В. Менеджеральные процессы в условиях цифровой трансформации бизнеса / Е. В. Комарницкая // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2023. – № 1. – С. 101-107.

Костюк А. О., студент

Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук

Донецкий государственный университет, РФ

[kostyukadam@gmail.com](mailto:kostyukadam@gmail.com)

## ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

**Актуальность.** Задача оцифровки экономики становится все более актуальной в современном мире. С развитием цифровых технологий все больше секторов экономики переходят на цифровые платформы, меняя бизнес-модели, производственные процессы и отношения с потребителями. Одной из основных проблем, связанных с цифровизацией экономики, является отсутствие универсальных стандартов и правил в области цифровой безопасности. Это создает риски для защиты персональных данных, финансовых операций и конфиденциальной информации как для предприятий, так и для потребителей. Еще одна важная проблема - неравномерное распределение выгод от цифровизации. В то время как одни страны и компании адаптируются к цифровым технологиям и получают больше выгод, другие отстают от своих конкурентов из-за нехватки квалифицированной рабочей силы, доступа к информационным технологиям и инфраструктуре. Еще один важный вопрос – цифровое неравенство между развитыми и развивающимися странами. Расходы на цифровую инфраструктуру и обучение сотрудников могут быть слишком высокими для стран со слабой экономикой, что приводит к росту неравенства во всем мире. В целом, проблемы цифровизации экономики многообразны и требуют комплексного подхода со стороны правительства, бизнеса и общества в целом для обеспечения устойчивого и справедливого развития в цифровую эпоху.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В разные периоды времени исследованием проблем цифровизации экономики занимались различные учёные и компании, среди которых А.Р. Баймухаметов [1], Михалкина Е.В. [2], Киселев А.А. [3],

Филатова Я.Р. [4], Комарницкая Е. В. [5]. Анализ последних исследований выявляет несколько ключевых тем и направлений: эффективность и конкурентоспособность, цифровое неравенство, кибербезопасность и защита данных, эффекты на рынок труда, роль государства и регулирование. Эти исследования помогают не только понять сложные аспекты цифровизации экономики, но и предложить рекомендации для более эффективного управления и развития цифровой экономики в целом.

**Цель исследования** заключается в изучении проблем цифровизации экономики

**Результаты исследования.** Представленная таблица демонстрирует разносторонние эффекты, которые возникают в результате использования инструментов цифровизации экономики в различных сферах [2, с. 185].

Эти инструменты играют ключевую роль в цифровизации экономики, обеспечивая компаниям и государствам новые возможности для оптимизации процессов, улучшения качества услуг и развития инноваций.

Современные цифровые технологии революционизируют устоявшиеся бизнес-модели предприятий, значительно увеличивая их эффективность и открывая новые горизонты на рынке. Эти перемены особенно ощущаются в сферах банковского и телекоммуникационного бизнеса [3, с. 102].

Необходимо отметить, что традиционные отрасли все чаще используют методы анализа больших данных для принятия стратегических решений на управленческом уровне. Это способствует улучшению качества работы используемого оборудования, способствует росту продуктивности нефтегазовых месторождений, а также позволяет сделать городскую инфраструктуру более эффективной с энергетической точки зрения.

Таблица 1

Основополагающие инструменты цифровизации экономики

Инструмент	Описание
Искусственный интеллект (ИИ)	Алгоритмы и компьютерные системы, способные имитировать интеллектуальные функции человека.
Интернет вещей (IoT)	Сеть физических объектов, оборудованных сенсорами, актуаторами и другими устройствами, позволяющими собирать и обмениваться данными.
Блокчейн	Децентрализованная база данных, записи в которой защищены криптографически и невозможны для изменения.
Облачные технологии	Предоставление доступа к вычислительным ресурсам через Интернет, позволяющее масштабировать и оптимизировать работу бизнеса.
Большие данные (Big Data)	Обработка и анализ огромных объемов данных, чтобы выявить паттерны, тенденции и деловые возможности.
Цифровые платформы	Онлайн-платформы и сервисы, обеспечивающие соединение между различными участниками рынка и создающие новые модели бизнеса.
Машинное обучение	Алгоритмы и методы, позволяющие компьютерным системам обучаться на основе данных и делать прогнозы и решения.

В предстоящем десятилетии развитие инновационных технологий, таких как беспилотные летательные аппараты, дополненная реальность, блокчейн, робототехника и искусственный интеллект, раскроет перед потребителями, современными предпринимателями и государством в целом широкий спектр возможностей [1, с. 78]. При обсуждении актуальных проблем цифровизации экономики нашего государства, прежде всего, следует четко понимать в каком состоянии, и на каком этапе пребывает ее цифровая трансформация (далее – ЦТ).

В России экономика ЦТ считается одним из самых важных и ключевых стратегических направлений развития. Программа «Цифровая экономика», утвержденная Советом при Президенте РФ, приобрела статус официального правительственного документа уже в июле 2017 года. 28 июля 2017 г. Председатель Правительства Дмитрий Анатольевич Медведев подписал распоряжение об

утверждении Национального проекта «Цифровая экономика РФ» (далее – Нацпроект). Существует ряд исследований, направленных на выявление лидеров цифровой экономики (далее – ЦЭ) и расчет ее доли в ВВП разных стран. Согласно свежему исследованию международной консалтинговой фирмы "McKinsey", доля ЦТ в России составляет около 3,9% ВВП, что сопоставимо с 10,9% в США, 10% в Китае и 8,2% в ЕС. Исследование подчеркивает, что ЦТ играет ключевую роль в стимулировании экономического роста как в России, так и в других странах мира. Несмотря на достигнутый прогресс в последние годы, российская экономика до сих пор отстает от многих развитых стран в области цифровой инфраструктуры и ее внедрения [3, с. 104]. Одной из ключевых проблем, с которыми сталкивается страна, является недостаток инвестиций в цифровые технологии, что привело к замедленному росту данного сектора [2, с. 183].

Менее масштабными, но все еще существенными являются следующие проблемы: недостаточное участие бизнеса в формировании нормативно-правовой базы; отставание правового регулирования от темпов развития технологий; низкий уровень цифровой грамотности граждан страны; несовершенство уже внедренных технологий [4, с. 95].

В дополнение к вышеупомянутым вопросам, существуют проблемы и вызовы, связанные с защитой конфиденциальности данных. Недостаток опытных специалистов в данной области также является серьезной проблемой в настоящее время.

Интеграция ЦТ в экономику нашей страны может принести целый ряд выгод, включая расширение доступа к мировым рынкам, повышение эффективности и производительности, улучшение процессов сбора и анализа данных, а также улучшение межгосударственного взаимодействия и коммуникации. Это также способствует созданию новых рабочих мест в сфере высоких технологий, привлекая квалифицированных специалистов и способствуя развитию инноваций. Кроме того, цифровая экономика способствует устойчивому развитию, снижению издержек и оптимизации бизнес-процессов. Реализация цифровых технологий также способствует более эффективному управлению ресурсами, что в свою очередь может привести к сокращению негативного воздействия на окружающую среду [5, с. 162].

**Выводы.** Проблемы цифровизации экономики представляют собой сложный и многогранный набор вызовов и возможностей, с которыми сталкиваются как компании, так и государства в современном мире. Быстрый темп технологического развития и широкое внедрение цифровых технологий открывают новые горизонты для роста, инноваций и улучшения качества жизни, однако они также вызывают ряд серьезных проблем и вызовов. Важно признать, что цифровизация экономики может привести к углублению цифрового неравенства, усилению угроз кибербезопасности и изменению динамики рынка труда. Однако правильное регулирование, инновационные подходы к обучению и переобучению рабочей силы, а также активное вовлечение государственных и частных структур могут помочь преодолеть эти проблемы. Ключевым фактором успеха в этой области является разработка интегрированных стратегий цифровизации, которые учитывают экономические, социальные, технологические и правовые аспекты. Только такой комплексный подход позволит эффективно управлять процессом цифровой трансформации, обеспечивая устойчивое и инклюзивное развитие экономики в целом. Таким образом, проблемы цифровизации экономики требуют постоянного внимания, исследований и действий со стороны всех заинтересованных сторон, чтобы максимально использовать потенциал цифровых технологий в интересах общества и устойчивого экономического роста.

#### **Список литературы:**

1. Баймухаметов, А. Р. Проблемы цифровизации экономики Российской Федерации / А. Р. Баймухаметов // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 5-1(87). – С. 76-79.

2. Михалкина, Е. В. Проблемы интеграции производства, науки и образования в условиях цифровизации экономики / Е. В. Михалкина // Конкурентоспособность национальных экономик и регионов в контексте глобальных вызовов мировой экономики: сборник научных трудов IV международной научно-практической конференции, Ростов-на-Дону ; Таганрог, 18–19 апреля 2019 года. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2019. – С. 181-187.

3. Киселев, А. А. «Цифровизация» экономики: ее риски и проблемы в современных условиях / А. А. Киселев // Электронный научный журнал. – 2019. – № 9(29). – С. 101-106.

4. Филатова, Я. Р. Проблемы и перспективы цифровизации в сфере управления экономикой / Я. Р. Филатова, А. С. Белова // Управление социально-экономическим развитием: инновационный и стратегический подходы: Сборник научных трудов по материалам Национальной научно-практической конференции, Гатчина, 24 декабря 2021 года. – Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2022. – С. 94-97.

5. Комарницкая, Е. В. Цифровой менеджмент: состояние и перспективы / Е. В. Комарницкая, А. Л. Гутцул // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : Материалы VIII Международной научной конференции, Донецк, 25–27 октября 2023 года. – Донецк: Донецкий государственный университет, 2023. – С. 161-163.

Котова В. С., студентка

*Научный руководитель:* Ялунер А. Ф., канд. экон. наук  
Донецкий государственный университет, РФ  
*kotova10.07@mail.ru*

## **ОСОБЕННОСТИ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Актуальность.** Внедрение инновационных методов управления позволяет предприятию поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности, адаптироваться к новым вызовам и условиям динамично изменяющегося внешнего окружения. Креативный менеджмент является эффективным инновационным методом управления, который позволяет стимулировать творческий потенциал сотрудников и создавать условия для внедрения новых инновационных продуктов и услуг. Использование инструментов креативного менеджмента в практической деятельности предприятия позволяет использовать творческие способности сотрудников с целью разработки новых нестандартных решений производственных и управленческих задач, обеспечивает выбор наиболее оптимальной стратегии развития и принятие взвешенного и обоснованного управленческого решения. Этими особенностями обусловлена актуальность выбранной темы.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Рассмотрению вопросов, связанных с изучением особенностей использования инструментария креативного менеджмента в практической деятельности предприятий посвящены работы таких ученых как П. Р. Магомедов, Р. Ш. Бикметов, Ю. С. Серафимович, А. М. Салогуб, М. В. Прошина и др.

**Целью исследования** является рассмотрение особенностей влияния креативного менеджмента на практическую деятельность организации.

**Результаты исследования.** Креативный менеджмент – это метод управления творческим процессом организации, ориентированный на решение актуальных коллективных задач [4].

Основные цели креативного менеджмента включают: повышение конкурентоспособности и устойчивости организации на рынке за счет создания новых продуктов, услуг; развитие инновационного потенциала и креативности сотрудников, что способствует созданию благоприятной рабочей атмосферы и повышению мотивации; управление изменениями и адаптация к новым условиям, требованиям рынка, что позволяет организациям сохранять свою востребованность на рынке; укрепление связей с клиентами, партнерами, улучшение отношений с заинтересованными сторонами и повышение уровня удовлетворенности; создание и поддержание корпоративной культуры, основанной на творчестве, инновациях, сотрудничестве, что в долгосрочной перспективе может способствовать устойчивому развитию организации.

Креативный менеджмент направлен на повышение конкурентоспособности и устойчивости организации, развитие инновационного потенциала и укрепление связей с клиентами, партнерами и заинтересованными сторонами. Благодаря креативному менеджменту организации имеют возможность адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, создавать новые продукты и услуги, поддерживать корпоративную культуру, основанную на творчестве, инновациях и сотрудничестве.

К основным задачам креативного менеджмента относятся:

- 1) разработка инновационных идей и концепций для производства новых продуктов или услуг.
- 2) управление процессом креативного развития и интеграция инноваций в бизнес-стратегию.
- 3) поиск новых рыночных возможностей и разработка стратегии внедрения продукта на рынок.
- 4) управление командой креативных профессионалов и стимулирование их творческого потенциала.
- 5) организация креативных мероприятий для привлечения внимания потребителя к бренду организации.
- 6) систематическое отслеживание трендов и инноваций в отрасли.
- 7) разработка и реализация маркетинговых кампаний, основанных на креативных концепциях.
- 8) управление рисками и принятие нестандартных решений в процессе реализации проектов.
- 9) создание и развитие культуры инновации в организации.
- 10) анализ и оценка эффективности креативных проектов и их влияния на бизнес-показатели.

В основе креативного менеджмента лежит исследование новых возможностей и решений. Преимуществом креативного менеджмента является его способность привлекать и удерживать талантливых сотрудников. Творческие и креативные люди ищут возможность для проявления своих способностей и нестандартных идей.

Рассмотрим особенности креативного менеджмента в практической деятельности ПАО «Сбербанк». ПАО «Сбербанк» – это один из крупнейших банков России, который занимается предоставлением широкого спектра финансовых услуг для физических и юридических лиц.

Сбербанк использует следующие подходы и инструменты креативного менеджмента в своей деятельности:

1) создание инновационных продуктов и услуг: Сбербанк был одним из первых банков в России, который внедрил мобильный банкинг и бесконтактные платежи;

2) использование новых технологий: Сбербанк активно использует новые технологии, такие как искусственный интеллект и машинное обучение, для улучшения своих продуктов и услуг.

3) создание креативной рабочей среды: Сбербанк проводит регулярные хакатоны и конкурсы инноваций, которые дают сотрудникам возможность представить свои идеи и получить поддержку для их реализации;

4) сотрудничество с внешними партнерами: Сбербанк сотрудничает с внешними партнерами для получения доступа к новым идеям и технологиям;

5) маркетинг и коммуникации: использование социальных сетей и мобильных приложений для взаимодействия с клиентами.

Сбербанк в процессе применения креативных инструментов в управлении сталкивается с рядом проблем. В таблице 1 представлены проблемы и перспективы развития креативного менеджмента в Сбербанке.

Таблица 1

Проблемы и перспективы развития креативного менеджмента в Сбербанке

Проблема развития	Перспектива развития
Сложность в определении оптимальных точек трансформации без ущерба для стабильности операционной работы банка.	Разработка гибкой и адаптивной системы управления, которая позволит оперативно реагировать на изменения внешней и внутренней среды.
Недостаток показателей и критериев для оценки успешности и результативности креативных управленческих решений.	Разработка комплексной системы оценки, основанной на качественных и количественных показателях.
Низкая мотивация сотрудников к обучению и развитию своих навыков в области креативного менеджмента.	Создание благоприятной рабочей среды, в которой сотрудники видят возможности для профессионального роста и развития.
Ограниченность ресурсов для реализации креативных идей и проектов.	Планирование и распределение ресурсов таким образом, чтобы обеспечить оптимальное использование имеющихся средств и минимизировать возможные риски.
Неопределенность в оценке результатов креативного подхода к управлению банком.	Введение системы мониторинга и оценки результатов креативных решений, определение критериев для измерения успешности проектов и инициатив.

На примере Сбербанка были рассмотрены проблемы и перспективы развития креативного менеджмента в управлении, которые основаны на создании гибкой системы управления, разработке комплексной системы оценки и мотивации сотрудников, планировании, распределении ресурсов, введении системы мониторинга и оценки результатов.

**Вывод.** Креативный менеджмент способствует развитию творческого мышления, инноваций, повышению конкурентоспособности и укреплению отношений с клиентами и партнерами. Данный подход включает создание благоприятной рабочей атмосферы, обучение и развитие сотрудников, а также адаптацию к изменениям рынка. В результате использования креативного менеджмента, организации могут успешно разрабатывать и внедрять новые продукты и услуги, улучшать отношения с заинтересованными сторонами и поддерживать корпоративную культуру, основанную на творчестве, инновациях и сотрудничестве.

#### Список литературы:

1. Трубицына, Н. С. Направления креативного подхода в менеджменте / Н. С. Трубицына // Modern Science. – 2019. – № 12-1. – С. 235-238. – EDN KFOSZX.

2. Лабазанова, С. Л. Креативный менеджмент как фактор социально-экономического развития / С. Л. Лабазанова, М. Ш. Дукаев, В. С. Кривошлыков // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 1, № 12(141). – С. 76-83. – DOI 10.36871/ek.ur.p.r.2023.12.01.010. – EDN GEZZNF.

3. Смыслова, О. Ю. Современные методы и инструменты повышения креативности персонала компании / О. Ю. Смыслова, О. В. Кузнецова // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2023. – Т. 33, № 5. – С. 816-826. – DOI 10.35634/2412-9593-2023-33-5-816-826. – EDN KZHRDW.

4. Беляцкий, Н. П. Креативный менеджмент: учеб. пособие / Н. П. Беляцкий. – Минск, 2016. – 290 с.

Лисанов А. А., аспирант

*Научный руководитель:* Масленников В. В., д-р экон. наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», РФ  
*alexlisanov@mail.ru*

## **РАЗВИТИЕ ЭКОСИСТЕМ БИЗНЕСА В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Актуальность.** В настоящее время конкурентное преимущество часто оцениваются с точки зрения ценового преимущества. Идея заключается в том, чтобы копировать стратегии конкурентов. Примечательно, что меньше внимания уделяется трансформации бизнеса на основе дифференциации продукта или услуги и создания уникального ценностного предложения. Новшество в бизнесе, когда участники обмениваются информацией, открывает новые возможности для развития. Объединение ресурсов позволяет минимизировать затраты и создавать новые инновационные продукты.

Такой тип бизнеса – экосистема, которая предлагает новые роли для участников. Компании разного профиля, способные удовлетворить широкий спектр потребностей клиентов экосистемы, создают отличную «среду обитания» для потребителей. Взаимодействие экосистем осуществляется с помощью механизмов, которые способствуют поддержанию стабильного функционирования. При переходе от услуги к услуге снижается уровень барьеров для участия в структурных элементах и повышается уровень комфорта пользователя.

Экосистемы бизнеса играют важную роль в стимулировании экономического роста и инноваций. Однако, в России существуют определенные проблемы, связанные с развитием этих экосистем. Для более эффективных решений необходимо провести анализ актуальных публикаций и исследований в данной области, а также определить цели и задачи данной работы.

Связь с основным бизнесом обеспечивает успех экосистеме. Участники могут переходить от старых стратегий к экспериментированию и ежедневному поиску новых решений. Например, соединение крупных компаний и пользователей через сеть позволяет напрямую распределять разные ценности между участниками. В свою очередь, это означает ускорение обмена информацией, формированием предложений, а что самое главное, улучшение качества и уменьшение цены для конечного потребителя.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В статье «Трансформация российской экономики: роль экосистем бизнеса» автор Титов И.А. исследуют роль



экосистем бизнеса в стимулировании инноваций и развитии новых отраслей. Другая статья Пантелеевой Т.А. «Проблемы развития малого и среднего бизнеса в России» анализирует препятствия, с которыми сталкиваются предприниматели при создании и развитии своих компаний. Авторы исследуют нехватку доступного финансирования, сложности взаимодействия с банками и бюрократические ограничения. В статье А.В. Иванова «Инновационные экосистемы в странах с развивающейся экономикой: опыт России» рассматривается опыт создания и развития инновационных экосистем в России. Автор подчеркивает проблемы, связанные с недостаточной координацией действий между государственными и частными структурами, а также неэффективностью механизмов поддержки инноваций. В другой статье Е. Смирновой «Роль государства в формировании экосистемы малого и среднего бизнеса в России» исследуется влияние государственной политики на формирование экосистемы малого и среднего бизнеса. Автор приходит к выводу о необходимости усиления государственной поддержки и создания лучших условий для развития бизнеса.

**Цель исследования.** Основной целью данной работы является исследование проблем и перспектив развития экосистем бизнеса в России. Обмен информацией в экосистеме, создает новую платформу для развития. Это позволяет представить уникальные возможности для разработки инноваций и их дальнейшей монетизации. Прогрессивные участники рынка пытаются строить собственные модели, которые объединяют поставщиков и производителей вокруг их платформы.

**Результаты исследования.** На развитие экосистемы бизнеса в России оказывают влияние несколько факторов. Один из них - наличие развитой и эффективной системы государственной поддержки, которая включает финансовую поддержку для стартапов и малого бизнеса, а также упрощение процедур создания и регистрации предприятий. Важным фактором является также улучшение инфраструктуры, включая доступность транспорта, коммуникаций и энергоснабжения. Кроме того, важно развитие системы образования и повышение уровня квалификации кадров в сфере бизнеса.

Бизнес-экосистема — это среда, в которой разные участники рынка создают продукт для выбранной категории потребителей. Примером таких экосистем будут IT-компании (Apple, Google), маркетплейсы или даже государственные организации.

С другой стороны, экосистема представляет собой бизнес-модель, которая консолидирует множество компаний, которые заходят в цепочку создания ценности и являются элементом этой системы. Эта синергия позволяет улучшить сильные процессы этих компаний, а слабые процессы переложить на более сильных участников экосистемы.

Экосистема отличается от группы компаний или холдингов тремя ключевыми характеристиками:

1. Единая платформа облачных технологий с тесной связью между бизнес-процессами.
2. Комплексный клиентский опыт, то есть целенаправленный переход от одной услуги или продукта к другой.
3. Вирусный эффект: благодаря безупречному обслуживанию клиентов и единой архитектуре бренда присутствие поставщика близко к клиенту.

В настоящее время нет эталона по созданию модели экосистем. В России экосистему могут создавать не только IT компании, но и компании финансового сектора. Их вынуждает конкуренция с технологическими компаниями, так как борьба за долю рынка происходит с разных сторон. Бизнес, у которого большая база клиентов, могут на этой платформе создать бизнес-модели, чтобы продвигать и другие услуги или товары.

Есть и обратная сторона, когда малые предприятия создают структуры, в которых формируются экосистемы. Технологии IT могут облегчить получение информации между отделами этих компаний, от чего они становятся внутренней экосистемой. Однако, есть побочные стороны, такие как:

1. Вред в обслуживании клиентов из-за того, что компания перестает концентрироваться на основном виде деятельности.

2. Бэк-офис компаний может иметь совершенно другие процессы, которые могут стать несовместимыми между участниками экосистемы.

Создание новых ценностей бизнеса, а конкретно заинтересованность основной компании, позволяют получить новую экосистему. Для этого создаются многоуровневые системы управления для более гибкого взаимодействия участников. Есть так же гибридные системы управления, когда компании не могут существовать отдельно от экосистемы. Стабильный основной бизнес является основным звеном, ориентированным на клиентов, а компании экосистемы дополняют продукт различными функциями.

Результаты исследования показывают, что развитие экосистемы бизнеса в России имеет несколько позитивных тенденций. В последние годы наблюдается увеличение объемов инвестиций в российские стартапы и развитие инновационных проектов в разных секторах экономики. Также отмечается рост числа предпринимателей и улучшение бизнес-климата. Тем не менее, такие проблемы, как нехватка квалифицированных кадров, продолжают оставаться актуальными и требуют дополнительных усилий для их решения.

**Выводы.** Исследование показало, что появление цифровых технологий приводит к значительным изменениям в бизнес-среде, особенно с точки зрения стратегии и характера конкуренции. Скорее всего в ближайшем будущем конкуренция будет не только между компаниями на рынке, но и между компаниями внутри одной экосистемы. Также будет актуально работать не только самостоятельно, но и в рамках экосистемы. Клиентский путь будет основой развития бизнеса, а значит на разных участках клиентского пути будет работать та или иная компания экосистемы. Клиент, попавший в экосистему, будет иметь широкий спектр услуг, а также доступ к большому количеству продуктов. Однако, затраты на привлечение этого клиента в рамках экосистемы будут значительно ниже. Компании будут один раз привлекать клиента, а дальше его путь будет пересекаться с разными компаниями, действующими под одним брендом. Это будет способствовать создать базу с наибольшим количеством клиентов, и управлять ими в зависимости от их потребностей.

#### **Список литературы:**

1. Титов, И.А. Трансформация российской экономики: роль экосистем бизнеса // Экономика и бизнес. – 2023. – №4. – С. 24-28.
2. Пантелеева, Т.А. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в России // Инновации в управлении / Т.А. Пантелеева. – 2022. – №1. – С. 1-6.
3. Иванов, А.В. Инновационные экосистемы в странах с развивающейся экономикой: опыт России / А.В. Иванов // Экономика предприятия. – 2023. №2. – С. 1-10.

Ляшенко А. А., студентка  
Научный руководитель: Кравец Е. О., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
younyi@mail.ru

## **КОНЦЕПЦИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Актуальность.** Сегодня все большее значение приобретает разработка эффективной системы управления персоналом, способной обеспечить результативность работы предприятия в долгосрочной перспективе. Такой подход не только создаст новые возможности для развития компании, но и значительно усилит ее конкурентоспособность на рынке.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Среди весомых научных исследований зарубежных ученых в сфере управления персоналом предприятия можно назвать труды М. Армстронга, В. Врума, Д. МакГрегора, М. Мескона, М. Педлера, П. Сенге, Ф.-У. Тейлора, А. Файоля, Э. Шейна и других. Значительный вклад в разработку современной теории оценки персонала, изучения проблем эффективного использования трудового потенциала, мотивации трудовой деятельности, повышения производительности, результативности и эффективности управления сделали такие известные российские ученые как В. Р. Веснина, А. П. Егоршина, А. И. Китова, М. А. Лапина и другие.

Несмотря на имеющийся обширный опыт и значительное количество научных разработок отечественных и зарубежных ученых по совершенствованию форм и методов управления персоналом, в настоящее время все еще недостаточно разработок по системному решению указанной проблемы, что обуславливает необходимость комплексного анализа этой задачи и определяет ее актуальность. Требуется обоснования и современная парадигма эффективного управления персоналом в системе социально-трудовых отношений, исследования и совершенствования системы составляющих элементов механизма эффективного управления персоналом и их взаимодействия, а также совершенствования системы мониторинга показателей эффективности использования персонала.

**Целью исследования** является анализ научных взглядов на управление персоналом, а также принципов и методов обеспечения эффективного функционирования системы управления персоналом.

**Результаты исследования.** В начале века получила развитие концепция управления кадрами, по которой вместо человека как личности рассматривается его трудовая функция. Иными словами, категория «кадры» характеризует не качество отдельно взятого индивида, а совокупность работников, объединенных для достижения поставленных организационных целей. Кадровые службы выполняли в основном учетно-контрольные и административно-распорядительные функции.

После окончания Второй мировой войны, научно-технический прогресс привел к усложнению производственных процессов, что требовало внедрения новых механизмов мотивации труда, повышения квалификации работников, установления равноправных трудовых отношений на основе партнерства и сотрудничества, а также активного вовлечения персонала в управление и участия в прибыли. В то время, сменяя технократический подход, в управлении стала утверждаться концепция управления кадрами, где работник рассматривался как субъект трудовых отношений, а не как личность, что привело к изменению места кадровой службы в организационной структуре управления предприятий. Система управления персоналом стала решать

множество управленческих задач: планирование потребностей в кадрах, подбор и адаптация сотрудников, разработка программ вознаграждения, организация корпоративного обучения и многое другое. Однако, несмотря на это, службы управления персоналом часто продолжали выполнять скорее обслуживающую функцию, рассматривая персонал как расходы, которые нужно минимизировать.

В последующие годы, а именно с начала 80-х гг., с развитием социально-экономических аспектов в менеджменте, компьютеризацией и интеллектуализацией бизнеса, а также ускорения инновационных процессов, начала формироваться концепция управления человеческими ресурсами [4]. Эта концепция признавала знания, способности и умения людей как главный ресурс и нематериальные активы организации, обеспечивающие ее эффективность и конкурентоспособность.

Управление человеческими ресурсами – это стратегический и целостный подход к управлению наиболее ценными активами организации, а именно людьми, которые вносят свой вклад в достижение целей предприятия.

Часто формы и методы управления являются недостаточно эффективными и не достигают поставленных целей. Решению этой проблемы должно способствовать эффективное управление персоналом как подсистема эффективного управления предприятием в целом. А для успешного функционирования и достижения поставленных целей нужно четко понимать суть понятий «эффект», «эффективность», и «эффективное» и их различия.

В процессе изучения литературных источников оказалось достаточно мало теоретических исследований, касающихся «эффективного управления персоналом». Авторами не так часто, но употребляется термин «эффективное управление персоналом», и не дается его толкование. Довольно часто его отождествляют с понятием «эффективность управления».

Под эффективным управлением следует понимать результативное управление, то есть то, которое осуществляется не как воспроизводственная функция, а как качественно организованный процесс. Эффективное управление персоналом является систематически-организационным процессом восполнения и качественного использования персонала.

Для определения понятия эффективности управления необходимы определенные критерии. Критерием эффективного управления является качество как соответствие дееспособности предприятия конкретным условиям функционирования. Качество управления должно учитываться при построении системы управления персоналом [3]. Таким образом, эффективная система управления персоналом – это такая система управления, которая способствует достижению персоналом тактических целей, а аппаратом управления – стратегических целей.

В современных условиях основным ресурсом успешного функционирования предприятия является персонал, который в большей степени, чем другие факторы, определяет стратегический успех предприятия, является основой обеспечения его конкурентоспособности. Стратегия, в центре которой находится персонал, может выполнять роль организационного рычага, который может обеспечить дополнительные возможности для получения прибыли. Именно надежность персонала как одного из источников конкурентного успеха, то есть способности предприятия, управляющего людьми, выживать и процветать в различных обстоятельствах, а также эффективно реагировать на различные изменения, побуждает рекомендовать как основной организационный подход ставить персонал на первое место [2].

Совокупность целей, направлений, форм и методов эффективного управления персоналом складывается в единую систему управленческой работы, включающую в себя три подсистемы.

Во-первых, это подсистема анализа, планирования и прогноза персонала предприятия. Основными ее задачами являются формирование объектов и структур управления, расчет потребности в персонале необходимой профессии, специальности и квалификации. Другими словами, решение задач этой подсистемы должно дать ответ на вопрос: «Кто нужен и в каком количестве?».

Во-вторых, это подсистема отбора, размещения, оценки и непрерывного обучения персонала [1]. Ее основными задачами являются качественное обеспечение сформированных объектов и структур управления персоналом, а также организация эффективного стимулирования их деятельности. И, наконец, подсистема рационального использования персонала на производстве. Решение задач, стоящих перед этой подсистемой, предусматривает осуществление комплекса мероприятий по созданию высокопроизводительных и устойчивых производственных коллективов.

**Выводы.** В статье исследована эволюция научных взглядов в управлении персоналом предприятия, методы и принципы обеспечения эффективного функционирования системы управления персоналом предприятий, критерии оценки экономической эффективности управления персоналом. Доказано, что эффективность управления персоналом достигается благодаря социально-направленным системам мотивации и стимулирования высокопроизводительного труда.

Систематизация полученных результатов позволила сделать следующие выводы. Предложена концепция управления персоналом, которая включает комплекс тесно взаимосвязанных функциональных элементов: нормирование труда персонала, привлечение, подбор и адаптацию новых сотрудников, их обучение и профессиональное развитие, мотивацию и стимулирование, аттестацию и формирование кадрового резерва, кадровое планирование и корпоративность. Доказано, что для совершенствования системы управления персоналом предприятий нужно идентифицировать и использовать потенциал всех подразделений к задачам эффективного управления персоналом и его развитием; реализовать соответствующие реформы в нормативной сфере; сотрудничать со всеми заинтересованными сторонами при реализации реформ в сфере улучшения управления персоналом предприятий.

#### **Список литературы:**

1. Анцупов, А.Я. Социально-психологическая оценка персонала: учебное пособие / А.Я. Анцупов, В.В. Ковалёв. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 395 с.
2. Бугаков, В.М. Управление персоналом / В.М. Бугаков, В.Н. Гончаров. – М.: Инфра-М, 2014. – 394 с.
3. Генкин, Б.М. Управление человеческими ресурсами: учебник / Б.М. Генкин, И.А. Никитина. – М.: Норма, 2017. – 352 с.
4. Гутгарц, Р.Д. Эволюция подходов к проблеме управления кадрами предприятия / Р.Д. Гутгарц // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – №5 – 64 с.

Маслова Е. С., Салазанов М. Д., студенты  
*Научный руководитель:* Иванова И. В., канд. техн. наук, доцент  
Рыбинский государственный авиационный технический  
университет имени П. А. Соловьёва, РФ  
*ivanova.irinav@yandex.ru*

## **ВНЕДРЕНИЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Актуальность.** Под термином «интегрированная система менеджмента» понимается такая схема работы предприятия, которая отвечает требованиям нескольких стандартов.

Внедрение интегрированных систем менеджмента (ИСМ) является актуальным направлением развития промышленных предприятий. Это обусловлено высокой конкуренцией со стороны как западных, так и отечественных производителей, получивших сертификаты соответствия за достигнутые результаты в области качества, безопасности труда и т.д.

Внедрение ИСМ является более эффективным средством, чем внедрение нескольких стандартов на системы менеджмента отдельно. Так же, как и системы менеджмента качества, ИСМ поддерживают в рабочем состоянии, документируют, сертифицирует с целью улучшения деятельности предприятия и совершенствования процессов внутри него.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Современные организации сталкиваются с растущими требованиями к качеству продукции и услуг, а также необходимостью эффективного управления ресурсами и процессами. Создание интегрированной системы менеджмента является важным фактором для повышения эффективности деятельности организации.

Интегрированная система менеджмента представляет собой комплексный подход к управлению организацией, объединяющий в себе различные системы управления:

- система управления качеством;
- система управления окружающей средой;
- система управления безопасностью и т.д.

Целью интегрированной системы менеджмента является оптимизация процессов, повышение эффективности и улучшение результативности деятельности организации.

Интегрированная система менеджмента качества объединяет в себе различные системы качества, такие как ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 и другие, с целью улучшения качества продукции, снижения рисков и повышения уровня удовлетворенности клиентов. Основные принципы интегрированной системы менеджмента включают:

- стремление к непрерывному улучшению качества продукции и процессов;
- обеспечение соответствия требованиям стандартов и законодательства;
- учет интересов заинтересованных сторон и удовлетворение их потребностей.

**Цель исследования:** рассмотреть процесс внедрения ИСМ на предприятии.

**Результаты исследования.** Процедура внедрения ИСМ состоит из нескольких этапов.

На первом этапе проводится разработка ИСМ и диагностический аудит. Для того, чтобы определить текущее положение системы менеджмента, и оценить будущий объем внедрения необходимо провести диагностический аудит. По результатам такого аудита будут предложены рекомендации по совершенствованию. Особенностью диагностического аудита является определение ценности профессиональных навыков

специалистов для системы менеджмента. На данном этапе формируется рабочая группа, участники которой должны быть обучены в области ИСМ.

На этапе проектирования ИСМ должны быть достигнуты следующие цели:

выбор международных стандартов;  
определение бизнес-процессов, попадающих под действие ИСМ;  
закрепление ответственных лиц за результативность управления;  
выбор средств и методов, с помощью которых будет проводиться анализ процессов;

определение критериев оценивания.

Следующий этап внедрения ИСМ – документирование. На данном этапе определяется структура и качественный состав документации, подобно другим системам менеджмента. Объем документации будет зависеть от масштабов предприятия, ее типа, характера протекающих в ней процессов.

На этапе внедрения происходит практическая реализация предыдущих этапов, а именно: обучение сотрудников, внедрение документации, и модели ИСМ. При этом инженеры по качеству проводят внутренний аудит на выявление несоответствий при внедрении ИСМ, и степень эффективности. Служба качества должна руководствоваться рекомендациями ГОСТ Р ИСО 19011-2021, адаптировав их необходимости.

Далее, по результатам внедрения ИСМ разрабатываются корректирующие и предупреждающие действия предлагаются пути решения проблем, несоответствий.

Заключительным этапом является выбор надзорного органа по сертификации и составление заявки на внедрение ИСМ. Иными словами, происходит подготовка к аудиту третьей стороной.

Внедрение ИСМ для предприятия серьезный процесс, который сопровождается рисками. Риски возникают:

на этапе проектирования - ошибки планирования;  
из-за нежелания и незаинтересованности сотрудников в новом внедрении;  
из-за возможных сложностей с консультативной поддержкой проекта.

При внедрении ИСМ важно ранжировать и структурировать имеющиеся риски, чтобы предотвратить потенциальные угрозы.

Для предотвращения угроз необходимо грамотно распределить ресурсы, провести оценку рисков, оценивать результаты мероприятий детализировано, а формулировку при описании риска конкретизировать.

**Выводы.** Рассматривая комплексно процесс внедрения интегрированных систем менеджмента, затраты трудовых и материальных ресурсов значимы для предприятия, но эффект, полученный от такой реализации, позволит предприятию расширить свои возможности, и стать более устойчивым к появлению новых конкурентов.

#### **Список литературы:**

1 Абакумова, Ж. В. Внедрение интегрированной системы менеджмента с целью улучшения качества управления организацией / Ж. В. Абакумова // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 5. – С. 863-869.

2 Езрахович, А. Качество организации и здравый смысл стандарта ISO 9001:2015 / А. Езрахович // Методы менеджмента качества. –2019. – № 3. – С. 48-52.

3 Ивойлов, Э. М. Оценка интегрированной системы менеджмента промышленного предприятия / Э. М. Ивойлов // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 6. – С. 1009-1013.

Матюшина М. А., студент  
Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук  
Донецкий государственный университет, РФ  
*matiushina2006@gmail.com*

## **ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА И МОТИВАЦИЯ: ПРИНЦИПИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ**

**Актуальность.** Процессы цифровой трансформации все прочнее проникают в нашу повседневную жизнь и охватывают все сферы жизнедеятельности человека. Причем если использование цифровых гаджетов в быту на бытовательском уровне не вызывает каких-либо сомнений, то цифровые процессы в бизнесе сопряжены с рядом проблем организационного, мотивационного и технического плана. Особенно эти проблемы проявляются у экономических субъектов Донецкой Народной Республики, которая, являясь новым субъектом Российской Федерации, переживает непростой этап адаптации к новым цифровым реалиям.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В представленных рамках тезисов вряд ли удастся дать исчерпывающий обзор научной литературы по анализируемому вопросу, однако есть ряд работ, на которых принципиально важно остановиться в контексте излагаемой проблемы. Прежде всего это книга Д. Роджерса «Цифровая трансформация» [4]. В ней известный специалист в сфере клиентских сетей и цифровых трансформаций интернета вещей описывает виды бизнеса, наиболее подвергшиеся цифровым трансформациям. Цифровые технологии изменили стратегическое планирование в компаниях, методы взаимодействия с клиентами, размыли границы отраслей и усилили конкуренцию. Операции с большими данными и инновации привели к смене базовых ценностей. Автором предлагаются научно обоснованные практические рекомендации для определения места компании в новой цифровой реальности на примере известных брендов, таких как Coca-Cola, Procter & Gamble и др. Е.В. Комарницкая (ФГБОУ ВО «Донецкий государственный университет») дает комплексную оценку менеджеральным процессам в условиях цифровой трансформации бизнеса [3]. Автор определяет основные подходы к сущности цифрового менеджмента и трансформации в тех бизнес-процессах организации, которые он затрагивает. Без комплексного видения процессов цифровой трансформации, которое представлено в указанных работах, невозможно конкретизировать мотивационную составляющую таких процессов.

Что же касается проблемы мотивации персонала в условиях происходящих процессов цифровой трансформации бизнеса, то следует остановиться на справедливом мнении авторов из Калужского государственного университета, что формирование у персонала организаций цифровых компетенций – является неизбежным условием цифровой трансформации [1, с. 175]. Авторы определяют принципы, на которых должна строиться система мотивации персонала, а именно: индивидуальный подход, прозрачность и открытость, доверительные отношения, непрерывная обратная связь, работа в команде, креативность.

Анализ изменений в мотивационных установках работников организаций в условиях формирования цифровой экономики, проведенный в работе [2] позволил сделать вывод, что цифровые технологии приводят к комплексному видоизменению поведенческих стратегий работников. В этой связи при решении проблем мотивации работников администрации предприятий сталкиваются с необходимостью формирования целостной системы коммуникаций с персоналом, основанной на учете их потребностей.



С позиций заявленной темы интересно мнение директора по трансформации бизнеса и HR-директора ИТ-компании КРОК П. Хабаровой [5]. На основе практического опыта специалист предлагает четырех факторную «формулу перемен», позволяющую определить степень адаптации сотрудников компании к изменениям. Она включает степень текущей неудовлетворенности ситуации (Dissatisfaction), понимание того, как должно быть (Vision) и что должно быть сделано в первую очередь (First Step), а также степень сопротивления изменениям (Resistance). По каждому из приведенных факторов проводится балльная оценка от нуля до десяти. В случае превышения итогового результата 50% имеется шанс на внедрение изменения.

**Цель исследования:** на основе критического анализа подходов к мотивации персонала в условиях цифровой трансформации определение принципиальных проблем и возможностей их решения в современных реалиях.

**Результаты исследования.** Цифровая трансформация бизнеса сталкивается с организационным сопротивлением. Ключевым принципиальным аргументом, который следует «предъявить» всем противникам цифровизации является Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р, которым утверждена Программа «Цифровая экономика РФ». В ней в качестве ключевых направлений по развитию кадров предусмотрено создание условий для подготовки кадров цифровой экономики; совершенствование системы образования, обеспечивающего цифровую экономику компетентными кадрами; ориентация рынка труда на требования цифровой экономики; создание системы мотивации по освоению необходимых компетенций и участию кадров в развитии цифровой экономики России. Таким образом, на государственном уровне определена принципиальная смена парадигмы управления персоналом организации, а также национальными квалификациями, которая формируется совместно работодателями, государством, социальными партнерами.

Общепринятые на предприятиях принципы мотивации в условиях цифровизации претерпевают изменения. Так система поощрения за достижения в работе поставленных целей, показателей личной эффективности и выполнение утвержденных КРІ слабо связана с внедрением цифровых технологий. Для простых работников участие в цифровых процессах – лишь дополнительное бремя, требующее дополнительных компетенций. Формирование и развитие командного духа в коллективе организаций в условиях широкого распространения дистанционной работы является лишь лозунгом из прошлой «доковидной» жизни.

В сложившихся условиях руководство организаций ориентирует сотрудников к выполнению и перевыполнению намеченных задач, повышение ответственности сотрудников за итоговый результат работы организации, изыскивает возможность поощрения работников, непосредственно участвующих в цифровой трансформации.

Проведенный анализ показал, что совершенствование системы мотивации персонала строится, прежде всего, на достижении баланса между методами материального стимулирования, влияние которых в современных условиях в силу объективных причин ограничено, и методами, основанными на нематериальном стимулировании. Для достижения поставленных целей во главу угла ставится развитие личности, комфортность работы, коммуникабельность, совершенствование навыков, дополнительное образование. Именно эти факторы будут стимулировать работников к адаптации к цифровому пространству.

Процесс цифровизации происходит вне зависимости от нашего к нему отношения. Уже ни у кого не вызывает сомнений, что ряд технических навыков присущ работнику по умолчанию, таких как умение пользоваться компьютером и оргтехникой, офисными программными продуктами. А ведь когда-то и эти навыки

были уделом программистов. На очереди – использование корпоративных программ, цифровая связь с руководством, электронный документооборот, совместная работа по проектам. А для этого целесообразным представляется развитие у персонала дополнительных информационных компетенций, таких как цифровая обработка информации (поиск, аналитика, хранение больших данных (big data)), информационная безопасность.

Следовательно, для этого целесообразным представляется мотивация персонала к получению новых знаний в сфере цифровых трансформаций бизнеса. Что неизбежно приведет к необходимости определения и конкретизации цифровых технологий, которые будут способствовать повышению уровня эффективности компании. Для этого следует провести технико-экономическое обоснование внедрения таких технологий, оценку рисков информационной безопасности.

Организационной проблемой в реализации данного процесса может стать формирование и/или модификация функций IT-подразделения, которое будет нести ответственность за работу всех цифровых сервисов. В данное время в ряде организаций такие функции размыты по подразделениям и конкретным исполнителям и зачастую сложно назвать, кто несёт ответственность за исправность компьютерных сетей, кто за обеспечение видеосвязи, кто за достоверность предоставляемой информации. Целесообразно определить или конкретизировать соответствующие новые должностные обязанности сотрудников, их зоны ответственности и объем.

Также повышение квалификации и дополнительное образование сотрудников необходимо перевести на плановую основу, основываться на качестве, а не количестве получаемых новых знаний.

**Выводы.** Обобщая вышеизложенное, следует констатировать, что направления совершенствования мотивации сотрудников к развитию своих компетенций в условиях цифровизации будет лежать не в сфере действия традиционных методов материального стимулирования (хотя их действием не стоит пренебрегать), а в сфере морального стимулирования приобретения и совершенствования новых навыков. На повестку дня выходит и индивидуальный подход к сотрудникам, расширение их участия в принятии решений, возможности карьерного роста, повышения социального статуса. А для этого предстоит планомерная деятельность по модернизации всех бизнес-процессов, приведении их в соответствие с требованиями цифровой экономики, кропотливая работа кадровых подразделений компаний по культивированию таких ценностных характеристик персонала, как творчество, интеллект и профессионализм. Организационные и методические аспекты данной работы требует соответствующего обоснования, что может являться перспективой исследований в данном направлении.

#### **Список литературы:**

1. Гагарина, С.Н. Мотивация персонала организации в условиях цифровой трансформации / С.Н. Гагарина, Е.С. Еськова // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. – 2021. – Vol. 6-1 (57). – С. 172-177.
2. Козлова, О.А., Особенности мотивации работников в условиях формирования цифровой экономики / О.А. Козлова, Е.А. Селезенева // *Human Progress*. – 2018. – Том 4, № 10. – С. 1-10.
3. Комарницкая, Е.В. Менеджеральные процессы в условиях цифровой трансформации бизнеса / Е.В. Комарницкая. – *Вестник ДонНУ Серия В: Экономика и право*. – 2023. – № 1. – С. 101-107.
4. Роджерс, Д. Цифровая трансформация. Практическое пособие / Д. Роджерс. – М.: АЙТЕКО, 2017. – 344 с.

5. Хабарова, П. Туман digital-войны, или как мотивировать сотрудников участвовать в цифровой трансформации / П. Хабарова. – Текст: электронный // RB.ru: [сайт]. – URL: <https://rb.ru/opinion/digital-transformation-how-to/> (дата обращения: 02.04.2024).

Рябоконева А. В., студентка  
*Научный руководитель:* Комарницкая Е. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[alulu.nanulu2018@gmail.com](mailto:alulu.nanulu2018@gmail.com)

## **АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАННЫМ БИЗНЕСОМ**

**Актуальность.** В современном динамичном экономическом окружении ресторанный бизнес играет важную роль, предоставляя услуги размещения и питания для широкого круга клиентов. Управление этой отраслью требует глубокого анализа и эффективных стратегий для успешной конкуренции на рынке, что делает данное исследование крайне актуальным.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Информационную базу исследования представляемой работы составили результаты работ: Ф. Д. Андреев [1], А. В. Белов [2], П. М. Глебов [3], Д. А. Куликов [4], Е. К. Лебедева [5]. Эти исследования представляют ценный вклад в понимание современных вызовов и возможностей в управлении ресторанным бизнесом, а также подчеркивают актуальность темы в контексте современной экономики и технологических инноваций.

**Цель исследования** заключается в проведении аналитического обзора современных подходов к управлению ресторанным бизнесом, выявления ключевых аспектов успешного функционирования этих отраслей, а также разработки рекомендаций для улучшения и оптимизации их операций.

**Результаты исследования.** Ресторанный бизнес представляет собой ключевой сегмент гостеприимства индустрии, который оказывает существенное влияние на экономику и социальную сферу. Ресторанный бизнес, в свою очередь, включает в себя широкий спектр предприятий питания, начиная от ресторанов и кафе, и заканчивая закусочными и фаст-фудом, которые обеспечивают потребности в питании для разнообразных целей и аудиторий. Управление ресторанным бизнесом является сложным и многогранным процессом, требующим комплексного подхода и глубокого понимания различных аспектов индустрии. Это включает в себя не только операционную деятельность, такую как управление персоналом, закупками и обслуживанием гостей, но и стратегическое планирование, маркетинговые исследования, финансовый анализ и взаимодействие с внешней средой. Особенности управления в каждом из этих сегментов требуют специализированных знаний и навыков, а также учета специфики рынка и потребностей клиентов.

В современном мире ресторанный бизнес сталкивается с рядом вызовов и возможностей, которые влияют на его эффективность и конкурентоспособность. Расширение мирового туристического рынка, изменение потребительских предпочтений, быстрое развитие технологий и влияние социальных и экономических факторов оказывают существенное воздействие на отрасль. Это требует постоянного анализа и адаптации стратегий управления, а также разработки инновационных подходов к предоставлению услуг и удовлетворению потребностей клиентов. Последние тенденции в аналитическом аспекте управления в ресторанном бизнесе

отражают рост важности данных и их анализа для принятия стратегических и операционных решений. Некоторые из ключевых аспектов изображены на рисунке 1.

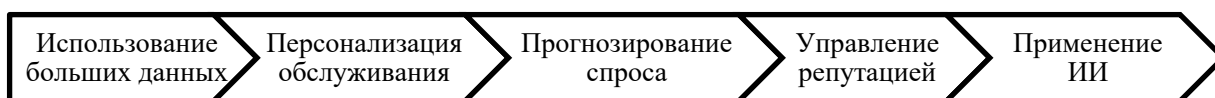


Рис. 1. Ключевые аспекты для принятия стратегических и операционных решений

1. Использование методов Big Data анализа позволяет извлекать ценные инсайты из этих данных, определять тенденции, прогнозировать спрос и оптимизировать бизнес-процессы.

2. Аналитика данных позволяет создавать персонализированные предложения и услуги для клиентов на основе анализа их предпочтений, истории покупок и поведенческих данных.

3. С помощью аналитических методов прогнозирования спроса предприятия могут оптимизировать свои запасы, минимизировать издержки на складирование и избегать потери прибыли из-за недостатка или избыточного запаса товаров.

4. Аналитика данных позволяет отслеживать обратную связь клиентов из различных источников, что помогает компаниям выявить проблемы и недочеты в обслуживании и принять меры для их устранения.

5. Применение искусственного интеллекта и машинного обучения позволяет автоматизировать процессы анализа данных, выявлять скрытые закономерности и предсказывать будущие события с высокой точностью.

Эти последние тенденции в аналитическом аспекте управления ресторанным бизнесом отражают стремление компаний к более эффективному использованию данных для достижения конкурентных преимуществ и повышения уровня обслуживания.

Рассмотрим несколько известных ресторанов Москвы для исследования последних тенденций в управлении ресторанным бизнесом. Выбор этих ресторанов обусловлен их признанным статусом в индустрии ресторанного бизнеса, а также их активным применением современных аналитических методов управления. Анализ данных этих ресторанов, представленные в таблице 1 позволит нам понять, какие конкретные методы аналитики используются, и какие результаты они достигают, что в свою очередь поможет нам в раскрытии исследуемой темы об аналитическом аспекте управления в ресторанном бизнесе.

Таблица 1

Анализ методов аналитического аспекта в ресторанном бизнесе

Методы аналитики	Ресторан "White Rabbit"	Ресторан "Twins Garden"	Ресторан "Cafe Pushkin"
Использование больших данных	Ресторан "White Rabbit" активно использует аналитику больших данных для анализа предпочтений клиентов и формирования меню. Анализируют данные о заказах и предпочтениях гостей с целью регулярного обновления и дополнения меню.	Ресторан "Twins Garden" применяет аналитику больших данных для оптимизации использования сезонных продуктов в меню. Анализ данных о сезонности и спросе, что позволяет использовать свежие и качественные ингредиенты.	Ресторан "Cafe Pushkin" использует аналитику больших данных для управления репутацией и обратной связью. Анализируют отзывы и комментарии клиентов из различных источников, чтобы выявлять проблемы и улучшать качество обслуживания.

Исходя из данных, проанализированных в таблице, можем сделать следующие выводы:

1. Ресторан "White Rabbit" успешно применяет аналитику больших данных для анализа предпочтений клиентов и формирования меню, что способствует удовлетворенности клиентов и повышает прибыльность заведения.

2. Ресторан "Twins Garden" демонстрирует эффективное использование аналитики больших данных для оптимизации использования сезонных продуктов, что позволяет им создавать сезонные меню высокого качества и привлекать клиентов.

3. Ресторан "Cafe Pushkin" успешно применяет аналитику больших данных для управления репутацией и обратной связью, что помогает им быстро реагировать на обратную связь клиентов и улучшать качество обслуживания, что способствует удержанию клиентов и привлечению новых.

**Выводы.** В данной статье были рассмотрены последние тенденции в аналитическом аспекте управления ресторанным бизнесом, на примере популярных ресторанов Москвы. Анализ показал, что успешное применение аналитики данных в ресторанных предприятиях позволяет улучшить качество обслуживания, оптимизировать меню и ресурсы, а также эффективно управлять репутацией и обратной связью.

#### **Список литературы:**

1. Андреев, Ф.Д. Прогнозирование спроса в ресторанном бизнесе: аналитический подход / Ф.Д. Андреев // Журнал «Технологии в гостиничном и ресторанном бизнесе». – Москва: Издательство «Кулинарная книга». – 2022. – С. 28-35.

2. Белов, А.В. Использование бизнес-аналитики для оптимизации процессов в ресторанном хозяйстве / А.В. Белов // Журнал «Эффективность ресторанного бизнеса». – Москва: Издательство «Ресторанный успех». – 2019. – С. 84-97.

3. Глебов, П.М. Эффективное управление репутацией ресторана с помощью аналитики / П.М. Глебов // Сборник «Управление в гостеприимстве». – Казань: Издательство «Гостеприимство», 2020. – С. 105-120.

4. Куликов, Д.А. Аналитические подходы к управлению в гостиничном и ресторанном бизнесе / Д.А. Куликов // Журнал «Экономика гостиничного бизнеса». – Москва: Издательство «Гастрономика», 2022. – С. 42-56.

5. Лебедева, Е.К. Управление ресторанным бизнесом: современные тенденции и аналитические методы / Е.К. Лебедева // Сборник «Инновации в гостиничной индустрии». – Екатеринбург: Издательство «Гостеприимство», 2021. – С. 37-51.

6. Комарницкая, Е. В. Развитие интернет-маркетинга при ведении бизнеса предприятий с помощью маркетинговых коммуникаций в ДНР и России / Е. В. Комарницкая, В. В. Моголюк // Современные тренды развития стран и регионов - 2018 : Материалы международной научно-практической конференции: в 2 томах, Тюмень, 07 декабря 2018 года / Ответственный редактор О.В. Ямова. Том 2. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2019. – С. 201-203. – EDN XKVDVK.

Савичев В. А., студент  
Научный руководитель: Ялунер А. Ф., канд. экон. наук  
Донецкий государственный университет, РФ  
abobov.a@mail.ru

## ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИГРОВЫХ ПОДХОДОВ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ

**Актуальность.** Игровые подходы являются эффективным инструментом для улучшения образовательного процесса в высшем учебном заведении. Применение игровых подходов способствует повышению мотивации студентов к обучению, усвоению изученного материала, развитию навыков критического мышления. Осуществление образовательного процесса на основе игровых подходов направлено на расширение кругозора, повышение уровня квалификации и формирование профессиональных компетенций студентов. Внедрение игровых подходов в образовательный процесс позволяет развить навыки принятия решений и коммуникации. Этими особенностями обусловлена актуальность выбранной темы.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Рассмотрению вопросов, связанных с изучением особенностей влияния игровых подходов на процесс обучения посвящены работы таких ученых как: Дж. Пол Гиббсон, А. Уорд, К. Уортли, Д. Штейнберг, А. Холландер, М. Навал и др.

**Целью исследования** является определение перспектив применения игровых подходов для оптимизации образовательного процесса в ВУЗе.

**Результаты исследования.** Игровые подходы оказывают положительное влияние на процесс обучения в высшем учебном заведении. Студенты, обучающиеся с использованием игровых подходов, показывают более высокие результаты в процессе обучения и лучше усваивают информацию. Игровые подходы способствуют развитию навыков и умений, которые необходимы студенту для успешной адаптации в современном обществе. Исследования показывают, что использование игровых подходов для оптимизации процесса обучения может иметь положительные результаты. В таблице 1 представлены преимущества использования игровых подходов в образовательном процессе.

Таблица 1

Преимущества использования игровых подходов в образовательном процессе

Преимущество	Характеристика
Повышение мотивации к обучению	Игровые подходы способствуют повышению заинтересованности студентов к изучаемым дисциплинам и углубленному изучению теоретического материала.
Развитие навыков	Использование игр в образовательном процессе способствует развитию у студентов навыков решения проблем, критического мышления, коммуникации и управления временем.
Улучшение результатов обучения	Применение преподавателями игровых методов при проведении занятий в университете обеспечивает лучшее усвоение изучаемого материала и способствует повышению результативности студентов в процессе сдачи экзаменов.
Улучшение коммуникации и сотрудничества	Игры способствуют развитию навыков коммуникации и сотрудничества, что особенно ценно для студентов, которые сталкиваются с трудностями в общении и взаимодействии с другими людьми.

Для эффективного использования игровых подходов в образовательном процессе и подготовки высококвалифицированных специалистов необходимо учитывать

специфику профессиональной деятельности обучающихся и выбирать игры, которые способствуют формированию компетенций в рамках выбранного направления подготовки студентов.

В таблице 2 представлены виды игровых подходов, которые позволяют оптимизировать образовательный процесс.

Таблица 2

Виды игровых подходов, применяемых в образовательном процессе		
Вид игрового подхода	Характеристика	Преимущество
Традиционные игры	К классическим играм относятся: шахматы, шашки или настольные игры. Данные виды игр требуют наличия физического оборудования и ограничены правилами игры. Классические игры имеют четкую структуру и легко понятны для всех участников.	Помогают развить логическое и стратегическое мышление.
Ролевые игры	В ролевых играх игроки принимают определенные роли и взаимодействуют с другими участниками в воображаемом мире. Ролевые игры позволяют участникам в воображаемой ситуации представить модель реальности, в которой студенты исполняют различные роли и критически рассматривать модель социального поведения.	Способствуют развитию креативности, коммуникативных навыков и способности взаимодействия с другими людьми.
Компьютерные игры	Компьютерные игры позволяют игрокам участвовать в виртуальном мире. Виртуальная среда позволяет студентам решать различные задачи, головоломки и сценарии, которое требуют навыков принятия решений и выполнения определенных действий.	Развивают стратегическое мышление, координацию движений, умение работать в команде, навыки управления и принятия решений.
Спортивные игры	Игры, основанные на физической активности, такие как футбол, баскетбол или теннис.	Развивают выносливость, улучшают координацию движений и положительно влияют на развитие организма.

Эмоциональные, игровые, ролевые, содержательные, творческие, рефлексивные и другие виды игровых подходов в обучении, предоставляют различные возможности для привлечения и мотивации учащихся, а также для обеспечения более глубокого и эффективного усвоения знаний и навыков.

Игровые подходы позволяют вовлекать учащихся в образовательный процесс, способствуют повышению активности обучающихся и развитию творческого мышления студентов. Игровые подходы помогают создать стимулирующую обучающую среду, в которой студенты могут развивать различные навыки и способности, а также применять изученный материал в практических ситуациях.

В таблице 3, приведены отличительные особенности игровых и традиционных подходов обучения.

Сравнительный анализ двух подходов к обучению показал, что игровой подход является более гибким, адаптивным, интерактивным и развивающим, в то время как традиционный подход обычно ориентирован на передачу знаний и проверку понимания. Рассмотренные подходы имеют свои достоинства и могут быть эффективным в зависимости от контекста и целей обучения.

Таблица 3

Сравнительная характеристика игровых и традиционных подходов обучения

Параметр сравнения	Игровые подходы обучения	Традиционные подходы обучения
Структура обучения	Является более гибким, адаптивным методом обучения. Позволяет учащимся выбирать и исследовать интересующие их темы, а также решать задачи в рамках профессиональной сферы деятельности.	Имеет жесткую структуру, которая включает в себя учебники, лекции, тесты и оценки.
Проблемное мышление	Развивает у учащихся проблемное мышление и навыки решения проблем. Студенты сталкиваются с трудностями и вызовами в игре, для которых в процессе обучения разрабатывают различные стратегии для их преодоления.	В традиционном подходе учащиеся часто получают готовые решения и не развиваются навык проблемного решения задач.
Коллективное обучение	Включает в себя коллективное обучение и командную работу, в которой учащиеся могут сотрудничать друг с другом и развивать социальные навыки.	Ориентирован на индивидуальное обучение и работу.
Активное обучение	Способствует активному обучению, в котором обучающиеся могут сами исследовать и открыть новые знания и навыки.	Традиционный подход, основанный на лекциях и учебниках, часто ограничивает учащихся и не дает возможность проявлять исследовательские навыки.

**Вывод:** правильно выбранные игровые подходы, позволяют оптимизировать процесс обучения, улучшить процесс восприятия изучаемого материала, достичь лучшей академической успеваемости учащихся. Применение игровых подходов помогает учащимся лучше усваивать информацию, развивать критическое мышление и профессиональные навыки, а также повышает их мотивацию к обучению. В целом, игровые подходы предоставляют новые возможности для взаимодействия и развития студентов, что делает их перспективными инструментами для оптимизации процесса обучения.

#### Список литературы:

1. Букатов, В. М. Из истории дидактики: эдьютейнмент в образовании взрослых и интерактивные технологии обучения в современной школе / В. М. Букатов, О. О. Дьяконова // *European Social Science Journal* = Европейский журнал социальных наук. – 2014. – № 11, т. 1. – С. 279–288.
2. Букатов, В. М. Слагаемые современного подхода к повышению уровня педагогической компетентности среди пользователей социальных сетей / В. М. Букатов, С. В. Фрига // *Общее и особенное в культурах и традициях народов: Материалы Международной научно-практической конференции (Москва, 2017)*. – М., Изд. МПСУ. – С. 55-62.
3. Игровые технологии как вид педагогических технологий [Текст] // *Педагогика: традиции и инновации: материалы Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2011г.)*. Т. I. – Челябинск: Два комсомольца, 2011. – С. 140-146.



Свидерская М. А., студент  
Научный руководитель: Комарницкая Е. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
martasvid11@gmail.com

## ПРОФИЛЬ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ ПАО «АЭРОФЛОТ»

**Актуальность.** В условиях современного развития национальной экономики многие компании переживают кризис, вызванный негативными тенденциями социально-экономических и политических факторов. Это требует от руководства предприятий четкого понимания современных подходов, принципов и методов антикризисного менеджмента. Профиль антикризисного управления организацией позволит руководству организации выявить ключевые проблемные места, которые характеризуют компанию в условиях кризиса.

**Анализ последних исследований.** Методология антикризисного управления была выявлена в работах Д.С. Бочанской, С.В. Осиповой, Г.А. Чебашкиной, А.С. Ваганова, А.Ю. Никоновой, Н. В. Манушина.

**Цель исследования:** разработка профиля антикризисного управления компании ПАО «Аэрофлот».

**Результаты исследования.** Профиль антикризисного управления компании Аэрофлот дает возможность сформулировать сущность антикризисного управления, на каком этапе развития кризиса ее следует применять и с помощью каких мероприятий это может быть реализовано.

В качестве базовых критериев при составлении профиля антикризисного управления организацией предлагается использовать следующие, которые представлены на рис. 1.



Рис. 1. Критерии оценки профиля антикризисного управления организации (составлено автором по: [1])

Для оценки **критерия «маркетинг»** необходимо понять, какое положение организация занимает на рынке, какими преимуществами или недостатками обладает по отношению к конкурентам. С этой целью был проведен SWOT-анализ компании.

Сильные стороны и возможности ПАО «Аэрофлот» преобладают над его слабыми сторонами и угрозами. Компания никогда не стоит на месте и старается предложить своим клиентам только лучшее. Конкуренция у Аэрофлота существует и представлена как отечественными компаниями, так и западными. Наибольший ущерб компании

нанесли пандемия COVID-19 и санкции Запада. Для того чтобы оставаться востребованным перевозчиком на рынке, Аэрофлоту необходимо: приобретать новые воздушные суда, снизить цену на перелеты, расширить перечень субсидированных перевозок и открывать новые направления в России и за рубежом [2].

Если говорить о **критерии «финансы»**, была проведена эмпирическая оценка возможности банкротства с помощью модели Э. Альтмана. В результате расчета следует вывод о том, что вероятность банкротства в 2020-2022 гг. незначительна, и при значении  $Z = 4,889$  предприятие стабильно и финансово устойчиво. Но в 2021 г. показатель снизился до 2,326, что следует оценить отрицательно. В 2022 г. показатель повысился и составил 2,448, что характеризует нестабильную ситуацию, вероятность наступления банкротства организации невелика, но и не исключена.

Проанализировав **критерий «инновации»**, можно сделать вывод, что в ПАО «Аэрофлот» работают более 130 цифровых систем, свыше 40 из них отвечают за производственный цикл. Рассмотрим некоторые из них:

система интеллектуального управления пересадками пассажиров. В 2019 г. Аэрофлот внедрил эту систему, которая предоставляет оптимальные решения по автоматическому перераспределению пассажиров в случае изменения расписания рейсов с сохранением стыковки. Внедрен модуль автоматического контроля точности посадки, позволяющий прогнозировать время прибытия воздушных судов;

«Авиационная сервисная платформа», созданная «Аэрофлотом» совместно с Министерством транспорта России, помогает обмениваться данными сотрудникам российских авиакомпаний;

программа бронирования «Леонардо». В конце 2022 г. «Аэрофлот» перешел на этот сервис, созданный компанией «Сирена-Трэвел» в партнерстве с госкорпорацией «Ростех», который заменил американское программное обеспечение Sabre. Эта мера позволяет избежать возможных сбоев, связанных с санкционными ограничениями;

цифровая платформа от «Сбера». С ее помощью к концу 2023 г. количество процессов по обслуживанию пассажиров будет восстановлено. Эта платформа сводит все данные со всех систем в одну и выстраивает коммуникации пассажирами [3].

Несмотря на ограничения, связанные с введением санкций, процесс цифровой трансформации ПАО «Аэрофлот» продолжается в соответствии с ИТ-стратегией, ранее утвержденной советом директоров компании.

Далее была проведена оценка **фактора «кадры»**. Анализ движения рабочей силы показал, что коэффициент оборота по приему в 2022 г. был значительно выше двух предыдущих годов и составил 5,5%. Коэффициент оборота по выбытию увеличивается с каждым годом: в 2021 г. произошел рост показателя на 7,4%, а в 2022 г. еще на 6,7%. На это также повлияла оптимизация рабочих мест и выбытие работников, связанное с уходом на пенсию. К тому же, в 2020-2021 гг. из-за распространения инфекции COVID-19 многие работники лишились работы.

Из негативных моментов следует отметить существенное увеличение коэффициента текучести кадров на протяжении анализируемого периода – вырос на 6,9% и 7,2% в 2021 г. и 2022 г. соответственно, что говорит о низкой эффективности политики в области персонала, неудовлетворении потребностей сотрудников предприятия, а также об уменьшении устойчивости кадрового состава предприятия.

**Критерий «менеджмент»** включает в себя среднюю оценку таких факторов: маркетинг, финансы, кадры и инновации.

Акцентируя внимание на таком критерии, как **«временной фактор»**, сделаем вывод, что санкции, введенные против России ввиду обострения конфликта в Украине, кардинально изменили ситуацию с перелетами. Весь самолетный парк Аэрофлота находится не в его собственности, а в финансовой и операционной аренде. С конца

февраля выполнять рейсы за границу могут только SSJ-100 и совсем небольшая часть зарубежных самолетов в России. На 2023 г. ПАО «Аэрофлот» осуществляет перелеты по 83 направлениям в 20 различных стран мира, что в два раза меньше, чем в 2021 г. Что свидетельствует о сложной кризисной ситуации для компании.

На основе произведенного анализа построим профиль антикризисного управления компании ПАО «Аэрофлот» табл.1.

Таблица 1

**Профиль антикризисного управления ПАО «Аэрофлот»**

Критерии оценки/ Показатели	плохо		ниже среднего		средне		хорошо		отлично	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Маркетинг	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○
Финансы	○	○	○	○	○	○	●	○	○	○
Кадры	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○
Инновации	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●
Временной фактор	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○
Менеджмент	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○

**Выводы.** Представленный профиль антикризисного управления компании ПАО «Аэрофлот» позволил выявить ключевые проблемные места организации: кадры и временной фактор. В будущем предприятию необходимо снижать показатель текучести кадров, так как постоянное обновление персонала мало способствует эффективной работе, а, наоборот, снижает ее темп за счет постоянного обучения. Также высокая текучесть кадров является финансово затратной для предприятия вследствие значительной стоимости проведения мероприятий по поиску и найму сотрудников.

#### Список литературы:

1. Комарницкая, Е.В. Профиль антикризисного управления организацией / Е.В. Комарницкая // Вестник института экономических исследований. – 2023. – №2 (30). – С. 201-206.
2. Свидерская, М.А. SWOT-анализ авиационной компании в условиях кризиса / М.А. Свидерская // Управление развитием социально-экономических систем: глобализация, предпринимательство, устойчивый экономический рост: Материалы XXIV Международной научной конференции молодых учёных и студентов (Донецк, 07декабря 2023 г.). – Том 2 / под общей редакцией д-ра экон. наук, доц. Ю. Н. Полшкова. – Донецк: Изд-во ДонГУ, 2023. – С. 65-68.
3. Паспорт Программы инновационного развития Группы Аэрофлот. – Текст: электронный. – URL: [https://www.aeroflot.com/strategy/2023/pasport\\_pir\\_2023.pdf](https://www.aeroflot.com/strategy/2023/pasport_pir_2023.pdf), свободный (дата обращения: 04.04.2024).
4. Годовая отчетность компании ПАО «Аэрофлот» – Текст: электронный. – URL: <https://ir.aeroflot.ru/reporting/annual-reports/>, свободный (дата обращения: 04.04.2024).

Спицына Ю. А., студент  
*Научный руководитель:* Иванова Н. М., канд. экон. наук, доцент  
Сибирский государственный университет путей сообщения, РФ  
*Balandina050@gmail.com , Natalya-nsk@yandex.ru*

## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

Прогноз играет важную роль в социологии, так как позволяет предсказывать будущие социальные явления и процессы на основе имеющихся данных и статистических моделей. В статье рассматриваются основные методы и подходы к прогнозированию в социологии, такие как экстраполяция, моделирование и симуляция.

Динамичное развитие современного общества обуславливает сложный характер многих социальных процессов и их прогноз. Человечество стоит перед выбором своего будущего и в этом контексте возрастает роль научного предвидения и прогноза.

**Цель исследования:** раскрыть важность использования прогнозирования в социологических исследованиях и получения наиболее точных результатов экспериментов.

**Результаты исследования.** Прогнозирование – это способ научного предвидения, в котором используется как опыт, накопленный в прошлом, так и текущие суждения в отношении будущего в целях его определения. Целью прогнозирования является оценка перспектив воздействия внешней среды, под влиянием которой субъект уточняет цели и разрабатывает планы перспективного развития. К объектам прогнозирования относят события, явления, процессы, на которые направлена познавательная и практическая деятельность человека.

Прогноз – это результат процесса прогнозирования, который выражается в словесной, математической, графической или иной форме суждения о возможном состоянии организации и ее среды в будущем.

Прогнозирование наиболее тесно связано именно с планированием. План и прогноз – это взаимно дополняющие друг друга стадии планирования при определяющей роли плана как ведущего звена управления. При этом прогноз выступает фактором, ориентирующим существующую практику на возможности развития в будущем, а прогнозирование – как инструмент разработки планов [2].

Главная цель социального прогнозирования – представить многовариантную картину будущего, сделать прогноз. Виды прогнозов бывают следующие:

- 1) оперативные (до 1 месяца);
- 2) краткосрочные (от 1 месяца до 1 года);
- 3) среднесрочные (от 1 года до 5 лет);
- 4) долгосрочные (от 5 до 15 лет).

Процесс социологического прогнозирования предполагает проведение краткого ретроспективного анализа прогнозируемого социального объекта, описание современного состояния объекта, выявление проблем. Оно позволяет предсказать изменения в обществе, чтобы разрабатывать эффективные стратегии его развития.

Прогнозирование в социологических исследованиях осуществляется при помощи множества методов и моделей. Одним из таких методов является статистическое моделирование. Используя метод статистического моделирования, социологи анализируют и обрабатывают большие массивы данных, выявляя связи и закономерности между различными переменными. На их основе, делают предположения как будут меняться социальные явления и процессы в будущем [1].

Следующие методы – это качественный и количественный анализ.

*Качественные методы прогнозирования* – субъективны, это мнения и суждения потребителей, экспертов. Качественные методы подходят тогда, когда отсутствуют исторические данные. Данные методы применяются, как правило, для среднесрочных и долгосрочных решений. Примерами качественных методов прогнозирования являются исследование рынка, метод Делфи, историческая аналогия жизненного цикла и т.д.

*Количественные модели прогнозирования* используются для прогнозирования будущих данных в виде функции от исторических данных. Они подходят для использования, когда исторические числовые данные доступны и когда ожидается сохранение динамики данных в будущем. Эти методы, как правило, применяются для краткосрочного и среднесрочного прогнозирования. Примерами количественных методов прогнозирования являются: скользящие средние, экспоненциальное сглаживание, мультипликативные сезонные индексы и т.д.

Анализ трендов – это метод, используемый для прогнозирования будущих явлений, основываясь на наблюдении текущих тенденций. Метод использует исторические данные для прогнозирования результата в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе. С помощью анализа трендов социологи могут предсказывать: изменения в социальных нормах, тенденции в поведении людей и др. Для этого используются статистические модели и математические методы [3].

Еще один метод прогнозирования в социологии – это моделирование. Моделирование позволяет создавать модели социальных систем и прогнозировать их поведение. Например, с помощью моделирования можно предсказывать, как изменится структура общества или как будут взаимодействовать различные социальные группы. Для моделирования используются компьютерные программы и симуляции.

Еще одним методом прогнозирования в социологии является экспертный опрос. При этом методе социологи опрашивают экспертов в определенной области и исследуют их мнения и прогнозы.

Также в социологии используется метод сценарного анализа. Этот метод предполагает разработку различных сценариев развития социальных событий и процессов. С помощью сценарного анализа можно предсказывать возможные последствия различных социальных решений и действий.

#### *Оценка точности прогнозов в социологических исследованиях*

Точность прогнозирования – это показатель, который характеризует качество прогноза. Это отражение того, насколько сформированный прогноз совпадает с истинными фактическими значениями.

Верифицируемость – это мера достоверности, измеряемая количественными оценками. Актуализированность есть мера ответной реакции на изменения внешней среды и возможности корректировки.

Оценка качества социально-экономического прогноза необходима для определения значения и источников отклонения прогностических оценок от фактических показателей хозяйственной деятельности, а также основных ошибок при разработке прогнозных моделей. Оценка точности прогнозов в социологических исследованиях сложная задача, учитывая переменчивость социальной реальности. Важным фактором является правильный выбор методов прогнозирования. Существует несколько подходов к прогнозированию в социологии, такие как статистические модели, экспертные оценки, а также сочетание разных подходов [2].

Одним из наиболее распространенных является сравнение прогнозов с фактическими данными. Это позволяет оценить, насколько точно прогноз предсказывает реальность. Сравнение может проводиться на основе различных показателей, таких как среднеквадратическая ошибка, корреляция или точность классификации.

Однако точность прогнозов зависит и от таких факторов, как качество исходных данных, выбор моделей и методов прогнозирования, а также уровень неопределенности социальных явлений. Кроме того, важно понимать, что прогнозы в социологических исследованиях являются вероятностными, а не абсолютными.

*Практическое применение прогнозирования в социологических исследованиях*

Одним из примеров практического применения прогнозирования в социологических исследованиях является прогнозирование тенденций на рынке труда. Благодаря анализу данных о распределении рабочих мест по отраслям, уровню безработицы и другим факторам, социологи могут предсказывать изменения в структуре занятости. Это позволяет государственным и муниципальным органам понимать тенденции будущего развития сферы и планировать социальные программы, разработать политику, направленную на решение поставленных задач.

Еще одним примером применения является прогнозирование демографических изменений. Анализ данных о рождаемости, смертности, миграции и других факторах позволяет социологам делать прогноз изменений в численности населения, его структуре, возрастном составе и т.д. Это важно для разработки планов развития городов, регионов и стран в целом, а также для оценки потребностей в различных сферах, таких как образование, здравоохранение и социальное обслуживание.

Прогнозирование также используется в социологических исследованиях для выявления тенденций и предсказания поведения общества и его групп. Например, анализ социальных опросов и данных социальных сетей может помочь социологам предсказать изменение общественного мнения по определенным вопросам, политические предпочтения и тенденции, потребительские привычки и многое другое. Это позволяет государственным и коммерческим организациям адаптировать свою деятельность под ожидания и потребности общества.

Итак, применение прогнозирования в социологических исследованиях имеет большое значение для принятия осознанных и эффективных решений в различных сферах деятельности. Это дает возможность планировать социальные программы, разрабатывать политику и адаптировать деятельность организаций под изменяющиеся потребности и ожидания общества.

**Выводы.** Значимость прогнозирования заключается в том, что оно, раскрывая будущие взаимосвязи явлений объективной реальности, расширяет выбор вариантов развития исследуемой системы и, как следствие, способствует принятию эффективных управленческих решений.[5]

**Список литературы:**

1. Сивиринов, Б. С. Социальное прогнозирование: учебное пособие / Б. С. Сивиринов. – Новосибирск: НГТУ, 2021. – 137 с. – ISBN 978-5-7782-4352-1. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/216158> (дата обращения: 17.03.2024).
2. Смирнова, Е. В. Основы экономического прогнозирования: учебное пособие / Е. В. Смирнова. – Оренбург: ОГУ, 2019. – 145 с. – ISBN 978-5-7410-2425-6. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/160035> (дата обращения: 17.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Условия объединения предпринимательства и науки на региональном уровне страны: Сборник трудов второй международной научно-практической конференции и международной молодёжной школы. / Н.М. Иванова, М.А. Верниковский, А. С. Калашникова. – Новороссийск, 2022. – С. 124.

Фролова К. В., студент  
Научный руководитель: Половян А. В., д-р экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*frol0vak5enia@yandex.ru*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА**

**Актуальность.** Совершенствование управления социально-экономическим развитием региона является важной задачей, которая направлена на создание условий для устойчивого и сбалансированного развития территории. Для этого необходимо проводить комплексный анализ существующих проблем и потенциала региона, разрабатывать и внедрять эффективные стратегии развития, а также модернизировать системы управления и государственное управление, что является особо актуальным для новых регионов Российской Федерации.

**Анализ последних публикаций.** В современных исследованиях вопросы об управлении социально-экономическим развитием региона отображены в трудах А.В. Половяна [1], К.И. Сеницыной [2], Л.В. Шабалиной [3], М.В. Борисенко [4], Р.Н. Лепы, С.Н. Гриневской [5], Н.В. Шемякиной, А.А. Пономаренко [6] и других. Однако вопрос управления социально-экономическим развитием Донецкой Народной Республики при интеграции в экономическое пространство Российской Федерации освещен в недостаточной мере в научной литературе.

**Целью исследования** является выявление ключевых аспектов управления социально-экономическим развитием региона.

**Результаты исследования.** Одной из ключевых проблем, обуславливающих нарастание негативных тенденций и ограничивающих дальнейший экономический рост, является отток трудоспособного населения, который привел к значительному дефициту рабочей силы.

Согласно [1, с. 9] стратегическим видением Республики является регион с восстановленной и модернизированной инфраструктурой, инклюзивными институтами и высокой включенностью в общероссийское разделение труда, с опережающими и устойчивыми темпами экономического роста на основе инновационной модели развития, обеспечивающей развитие человеческого капитала.

Для реализации приведенной выше стратегической цели экономического развития Республики необходимо определить цели и задачи по таким сферам как: экономическая и промышленная политика, рынки, инвестиции и финансы, инновации, институты.

Основная цель в области экономической и промышленной политики – структурное реформирование экономики и развитие ключевых секторов промышленности Республики на основе государственного регулирования (энергетика, тяжелое машиностроение, металлургия, ВПК) и поддержки современных прорывных технологий.

Важной задачей является перевод функционирования органов государственной власти на технологию стратегического и программно-целевого планирования и бюджетирования. Программно-целевое планирование невозможно реализовать без механизма личной ответственности чиновников, а также привязки финансовых институтов Республики к задачам обеспечения роста производства. При этом бизнес и общество должны иметь возможность воспользоваться преимуществами, которые дают технологии, избегая при этом цифровой исключенности. Это возможно благодаря переводу на стандарты цифровой экономики системы государственного управления, а также финансового сектора [1, с. 10].

Существующая система управления социально-экономическим развитием Донецкой Народной Республики имеет ряд недостатков:

- недостаток инициативы, ориентация только на исполнение;
- слабость муниципального уровня управления;
- слабая нацеленность на реальный (не бумажный) результат, низкий уровень использования проектного управления;
- перегруженность органов управлений текущей работой, отсутствие работы над стратегическими задачами;
- слабая структурированность отраслевых и пространственных приоритетов;
- отсутствие готовности к межведомственному сотрудничеству, дублирование баз данных, их несвоевременная актуализация, затруднения в обмене данными;
- нет единого центра координации стратегии;
- превалирование государства в управлении экономикой и социальной сферой, низкая заинтересованность и вовлеченность бизнеса [2, с. 23].

Данные недостатки должны быть нивелированы. При этом управление социально-экономическим развитием региона должно решать следующие задачи:

1. Формирование новой специализации территорий:
  - определить отрасли специализации и направления их развития на основе комплексности и пропорциональности развития;
  - развить новые отрасли специализации на инновационной основе.
2. Повышение транспортной связности территории внутри Республики:
  - определить направления развития транспортной инфраструктуры с учетом перспектив социально-экономического развития территорий, объемов перевозок, ресурсных ограничений;
  - разработать сервисы обмена логистической информацией, сопровождающие планирование и проведение перевозочного процесса, включающие цифровые платформы и информационные системы.
3. Формирование машиностроительного научно-производственного кластера «Донбасс»
  - сократить импортные комплектующие в конечной продукции кластера;
  - вывести на рынок новые товары и технологии;
  - увеличить долю добавленной стоимости в продукции горного машиностроения.
4. Создание перспективного центра экономического роста фармацевтической отрасли «Стиролбиофарм»:
  - оценить перечень результатов интеллектуальной деятельности, готовых к внедрению на ГП «Стиролбиофарм» в рамках программы импортозамещения;
  - организовать производство лекарственных средств для лечения социально значимых заболеваний.
5. Создание перспективного центра экономического роста оборонно-промышленного комплекса «Топаз»:
  - оценить возможности применения ИКТ технологий на ГК «Алмаз»;
  - обеспечить кадровый потенциал организаций оборонно-промышленного комплекса;
  - технологически перевооружить и запустить производственные мощности ГК «Алмаз».
6. Создание туристического кластера для формирования и продвижения качественного конкурентоспособного туристского продукта под брендом «Приазовье»:
  - сформировать благоприятный имидж бренда «Приазовье» у населения в качестве места отдыха;



создать систему мониторинга качества туристского продукта и распространения лучших практик и стандартов сервиса;

благоустроить территории городов и прибрежной территории;  
комплексно обеспечить безопасности туристской деятельности.

7. Создание зоны приоритетного развития агропромышленной специализации, способствующей обеспечению продовольственной безопасности:

усилить темпы развития органического сельского хозяйства;

систематизировать товарные потоки с учетом транспортной и территориальной доступности, построить оптово-распределительные центры.

8. Создание лечебно-оздоровительного кластера «Славянский курорт», способствующего развитию санаторно-курортных, гериатрических и реабилитационных организаций, интегрированных с лечебно-профилактическими учреждениями высокотехнологичной медицинской помощи.

9. Формирование строительного кластера «Строительные технологии Донбасса»:

организовать государственно-частное партнерство в строительной отрасли;

создать производство строительных материалов в рамках программы импортозамещения;

обеспечить высококвалифицированными кадрами строительного кластера и развить кадровый потенциал [3, с. 60-63].

**Выводы.** Таким образом, совершенствование управления социально-экономическим развитием региона требует комплексного подхода, включающего в себя разработку стратегий, модернизацию инфраструктуры и улучшение управленческих практик. Однако при успешной реализации этих мероприятий можно достичь устойчивого и гармоничного развития региона.

#### **Список литературы:**

1. Половян, А. В. Стратегические ориентиры экономического развития Донецкой Народной Республики / А. В. Половян. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 2 (30). – С. 5-18.

2. Сеницына, К. И. Система стратегического управления социально-экономическим развитием Донецкой Народной Республики / К. И. Сеницына. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 2 (30). – С. 19-29.

3. Шабалина, Л. В. О необходимости разработки концепции пространственного развития Донецкой Народной Республики / Л. В. Шабалина, Г. А. Шавкун, М. В. Тимко. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 2 (30). – С. 55-66.

4. Борисенко, М. В. Стратегические приоритеты развития человеческого капитал в Донецкой Народной Республике / М. В. Борисенко. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 4 (32). – С. 5-13.

5. Половян, А. В. Развитие промышленного сектора экономики: оценочные параметры / А. В. Половян, Р. Н. Лепа, С. Н. Гриневская. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 3 (31). – С. 5-27.

6. Шемякина, Н. В. Инвестиционные аспекты стратегического развития производственно-хозяйственного комплекса Донецкой Народной Республики / Н. В. Шемякина, А. А. Пономаренко. – Текст: непосредственный // Вестник Института экономических исследований. – 2023. – № 3 (31). – С. 28-39.

Шашкина А. А., студент  
Научный руководитель: Иванова И. В., канд. техн. наук, доцент  
Рыбинский государственный авиационный технический  
университет имени П. А. Соловьева, РФ  
*ivanova.irinav@yandex.ru*

## **УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ**

**Актуальность.** Одним из важных факторов развития системы менеджмента качества (далее – СМК) организации на данный момент является возможность управления знаниями. Термин «управления знаниями» в стандартах серии ИСО появился с введением в действие ГОСТ Р ИСО 9000-2015 и ГОСТ Р ИСО 9001-2015.

Менеджмент знаний – это новый этап развития системы менеджмента качества современных организаций.

Знание – это совокупность опыта, новых технологий, обучения, практики решения различных вопросов. Применение знаний на практике приводит к накоплению ценных активов и помогает принимать эффективные решения в организации.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Значительно повышается роль производства знаний в социальной организации, что является не просто еще одной попыткой повышения ее эффективности, а возможностью устойчивого функционирования и развития. При этом речь идет о такой организации, которая выступает в качестве единого организма, координирующего свою деятельность и воспринимающего знания как конкурентный ресурс, позволяющий осуществлять инновации, требующие постоянного совершенствования подходов, методологии и технологии управления знаниями и их созданием в организации. Такие организации повышают эффективность деятельности за счет индивидуального и коллективного обучения. В обучающейся организации каждый сотрудник обучается сам и обучает других, практика непрерывного взаимного обучения неразрывно вплетена в повседневную деятельность коллектива [2].

Знание и непрерывное обучение с целью обладания знанием сегодня стали ключевыми компонентами успеха. В новых социально-экономических условиях важность знаний для производства новых продуктов значительно возросла, и они стали преобладающим элементом в создании потребительской ценности. В этой связи производство знаний должно быть не разовым явлением, а постоянным процессом для своевременного реагирования на изменяющиеся условия. Для этого необходимо в первую очередь, чтобы все сотрудники были открыты для новых идей, новых способов работы, использования новых инструментов и оборудования. Они должны быть способными не только взять их на вооружение, но и извлечь от их применения выгоду.

В классическом понимании созданием знаний занимаются соответствующие специалисты и ученые, а управлением – менеджеры, однако реальность далеко не всегда соответствует теоретическим моделям, потому что нередко самим создателям знаний приходится управлять ими, а менеджерам заниматься производством управленческих знаний. Современные тенденции развития социальных организаций выявили еще одну особенность: создание знаний непосредственно исполнителями процесса, что существенно сокращает разрыв – между научными разработками и их практическим применением.

**Цель исследования:** рассмотреть управление знаниями как фактор развития СМК организации.

**Результаты исследования.** ГОСТ Р ИСО 9001-2015 предписывает определять знания организации, то есть оценить известны ли организации все знания, которые она накопила и которые ей необходимы, доступны ли знания для персонала или они сконцентрированы у нескольких ключевых сотрудников.

Стандарт ГОСТ Р ИСО 9001-2015 рассматривает знания как один из видов ресурсов организации, требования к которым сосредоточены в пункте 7.1.6.

Знания организации – это знания, полученные опытным путем персоналом организации, циркулирующие в организации для достижения целей, стоящих перед организацией. Знания формируются как изнутри (появляются ценой ошибок, являются результатом совершенствования деятельности) так и могут быть получены и извне – на форумах, конференциях, от клиентов, поставщиков, партнеров.

Можно выделить три группы требований к управлению знаниями в организации:

- 1) определить знания, которые необходимы для управления процессами;
- 2) сохранить знания и сделать их доступными;
- 3) анализировать знания и решать, как получить новые или обновленные знания для целей изменений.

Любая компания обладает специфическими знаниями. И если стандарт ГОСТ Р ИСО 9001-2015 указывает на необходимость управлять знаниями, то не говорит как это делать. Каким образом сохранить уникальные знания для организации. Не секрет, что знания связано с конкретными сотрудниками, чаще всего работающими в организации длительный период. И если такие сотрудники покидают компанию, то знания пропадают для организации.

Для повышения управляемости знаниями можно использовать следующие инструменты:

- 1) сознание четких рабочих инструкций;
- 2) создание чек-листов;
- 3) составление учебных программ для сотрудников, в которых отражаются моменты качественной реализации процессов;
- 4) организация передачи знаний от опытного персонала новичкам. Некоторые знания невозможно записать, только воспринимать опытным путем;
- 5) собрать знания в базы данных. Внедрение базы потребует изменения в механизмах функционирования процессов поскольку потребуются учет опыта из базы данных перед созданием нового.

**Выводы.** Научившись думать о знаниях, организация формирует хорошую базу для повышения конкурентоспособности.

#### **Список литературы:**

1. Тугускина, Г. Н. Управление знаниями в современных организациях / Г. Н. Тугускина, Л. В. Рожкова, О. В. Сальникова // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2019. – №2. – С. 210-218.
2. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования. – Введ. 28.09.2015. – 24 с.
3. ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – Введ. 01.11.2015. – 24 с.

Яковлева А. Ю., студент  
Научный руководитель: Иванова И. В., канд. техн. наук, доцент  
Рыбинский государственный авиационный технический  
университет имени П.А. Соловьева, РФ  
*ivanova.irinav@yandex.ru*

## **ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА: ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Актуальность.** Современное предприятие, в особенности промышленное, обязано выстраивать свою управленческую деятельность таким образом, чтобы максимально эффективно использовать имеющиеся преимущества для приведения системы менеджмента в соответствии с условиями внешнего рынка.

В настоящее время создание интегрированных систем менеджмента рассматривается как одно из перспективных направлений в области совершенствования управления.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Интегрированная система менеджмента (ИСМ) – это достаточно новое понятие, которое подразумевает под собой комплексную управленческую систему, в своем функционировании базирующуюся на требованиях сразу нескольких международных стандартов. В качестве основных стандартов приняты: ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001 [1].

Создание ИСМ на предприятиях обусловлено следующими причинами:

широкое применение международных стандартов на системы менеджмента, внедрение одновременно нескольких систем менеджмента, отвечающих потребностям бизнеса;

необходимость соблюдения баланса в удовлетворении требований заинтересованных сторон как базового условия устойчивого развития [2].

Интегрированная система менеджмента – логичный переход в новое качество системного менеджмента: от автономной, локальной системы менеджмента, направленной на достижение конкретных целей в одной из сфер деятельности предприятия (в большинстве случаев в области управления качеством), к системе менеджмента организации, обеспечивающей устойчивое развитие отдельных предприятий и, соответственно, страны.

**Цель исследования.** Рассмотреть теоретические основы создания интегрированных систем менеджмента.

**Результаты исследования.** Начиная с 2012 года система международных стандартов была приведена к единой структуре, которая выдвигает следующие общие требования к процессу внедрения ИСМ в конкретной организации:

руководство обязано определить стратегические направления деятельности предприятия, разработать в соответствии с ними политику и цели на текущий и плановый период;

определяющая роль при внедрении ИСМ отводится процессному подходу и управлению рисками;

высшее руководство проявляет приверженность политике ИСМ и повышению сознательности персонала в данном направлении;

выполняется идентификация требований современного законодательства в области менеджмента и своевременная оценка степени его соблюдения;

четко формулируются правила управления документированной информацией, обеспечивается коммуникативная функция ИСМ;

осуществляется сбор и анализ данных, выявляется соответствие полученных результатов первоначально заданным значениям показателей;

выполняется внутренний аудит существующей в организации системы менеджмента;

осуществляется процесс управления несоответствиями, предпринимаются корректирующие мероприятия, реализуется процесс постоянного улучшения [4].

В соответствии с реализуемыми требованиями и поставленными задачами ИСМ, принятая к внедрению на предприятии, должна назначить участников и ответственных, а также выполнять функцию их координатора. Так, в зону ответственности службы, внедряющей ИСМ, как правило, попадают задачи по управлению возникающими бизнес-рисками, по управлению документацией верхнего уровня (политиками по направлениям, стандартами организации, регламентами, процедурами и т.д.), по проведению обучения основам работы в ИСМ для уполномоченного персонала на местах, а также по проведению внутреннего аудита системы и ее постоянному улучшению. Промышленное предприятие, которое придерживается в своей деятельности принципов ИСМ, в обязательном порядке и на регулярной основе выполняет ее сертификацию. Сертификация ИСМ – это процедура, направленная на подтверждение способности организации осуществлять производство продукции (оказание услуг) в условиях полной управляемости и в соответствии с комплексными требованиями международных стандартов. Особенность такого вида сертификации заключается в том, что она характеризуется меньшей стоимостью, чем сертификация каждой системы менеджмента в отдельности. Команда аудиторов оценивает единые требования применительно к системе стандартов, не дублируя их. Среди основных преимуществ ИСМ также можно выделить:

объединение процедур и подходов по выполнению аналогичных требований стандартов;

оптимизация ресурсов на внедрение и обслуживание системы, поскольку сертификация ИСМ стоит дешевле;

внедрение интегрированной системы менеджмента с вовлечением персонала всех подразделений;

отсутствие противоречий, конфликтов в реализации требований различных международных стандартов;

сбалансированность процессов, установление соответствия требований к процессам заинтересованных сторон и основ законодательства, а также их идентификация, мониторинг и оценка [3].

**Выводы.** Таким образом, внедрение в организации ИСМ, и ее регулярная сертификация на соответствие международным стандартам представляет наиболее эффективный способ совершенствования управленческой деятельности предприятия.

#### **Список литературы:**

1. ГОСТ Р 58542-2019. Интегрированные системы менеджмента. Руководство по практическому применению [Текст]. – Введ. с 01.01.2020. – Москва: Стандартинформ, 2020. –16 с.

2. Аверин, А.В. Управление качеством и интегрированные системы менеджмента. Учебник [Текст] / А.В. Аверин, В.В. Григорьева, С.А. Бука. – М.: Кнорус, 2021. – 358 с.

3. Белая, М.Н. Интегрированная система менеджмента: разработка, внедрение и сертификация. Учебное пособие [Текст] / М.Н. Белая. – М.: Лань, 2022. – 336 с.

## Секция «Государственное и муниципальное управление»

Артемов М. А., студент

*Научный руководитель:* Макарова Е. И., канд. эконом. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

*marikartemov@icloud.com*

### **ВЛИЯНИЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЛНР**

**Актуальность.** Муниципальное управление играет важную роль в обеспечении социально-экономического развития территории, поскольку является основным источником организации и реализации государственной политики на местном уровне. Местные органы власти способны более эффективно разрабатывать стратегии развития, адаптированные к условиям региона. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью изучения муниципального управления для обеспечения социально-экономического развития ЛНР. В условиях вооруженного конфликта и политической нестабильности, муниципальное управление становится особенно важным в обеспечении благополучия и развития региона. Изучение роли и функций муниципального управления позволит выявить проблемы, с которыми сталкиваются муниципальные служащие, а также предложить пути их решения. Одной из ключевых функций муниципального управления является разработка и реализация стратегий социально-экономического развития территории. Включает в себя определение приоритетных направлений развития, выработку механизмов стимулирования экономического роста, а также создание условий для улучшения качества жизни населения.

Важным аспектом роли муниципального управления является наличие обеспечения эффективного управления ресурсами и инфраструктурой региона. Это включает в себя развитие транспортной и коммуникационной систем, обеспечение доступа к качественным образовательным и медицинским услугам.

**Анализ последних исследований и публикации.** В исследованиях и публикациях множества российских ученых, в числе которых В.Л.Макаров, Т.Я. Хабриева, А.И. Татаркин, Л.А. Велихов и др., есть подтверждения, что стратегическое управление на уровне муниципалитета может влиять на уровень жизни населения в обеспечение его общественной стабильности и стимулирование экономического роста. Также исследования показывают, что в регионах, где соблюдается принцип участия общественности и прозрачности наблюдается стабильное обеспечение социально-экономического развития. Также исследования показывают, что правильное распределение ресурсов и бюджетных средств на культурно-образовательные программы, инфраструктурные проекты и развитие малого и среднего бизнеса способствуют формированию и развитию региона. В частности, компетентные специалисты в органах власти на местном уровне являются ключевым фактором развития и успеха в обеспечении благополучия населения и его процветания.

**Целью исследования** является изучение и анализ влияния муниципального управления на социально-экономическое развитие региона, а также выявление проблем и перспектив развития муниципального управления, и предложение рекомендаций по улучшению эффективности этой системы в достижении целей социально-экономического развития.

«Местное самоуправление в Луганской Народной Республике – форма осуществления народом своей власти, обеспечивающая в пределах, установленных Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, а в случаях, установленных федеральными законами, – законами Луганской Народной Республики, самостоятельное и под свою ответственность решение населением непосредственно и / или через органы местного самоуправления вопросов местного значения исходя из интересов населения, с учетом исторических и иных местных традиций» [1].

«Становление современного местного самоуправления и развитие социально-экономического состояния регионов является одной из ключевых проблем российского государства. Решение ее во многом зависит от лиц, работающих в органах местной власти – муниципальных служащих, от их профессионализма, компетентности» [2, с. 20]

Согласимся со словами Т. Михеевой о том, что развитие социально-экономического состояния региона, в частности ЛНР, зависит от муниципальных служащих, работающих в органах местного управления, а также от их компетентности и профессионализма. Такие служащие способны эффективно решать стоящие перед обществом проблемы и, соответственно, перед регионом. Они могут разрабатывать и внедрять программы по развитию инфраструктуры и коммуникационных систем, созданию рабочих мест, поддержке предпринимательства, образованию и здравоохранению. Необходимостью отвечать за обеспечение жителей ЛНР социальными услугами, улучшение жилищных условий, поддержка культурно-образовательных и спортивных мероприятий. Кроме того, местное самоуправление играет важную роль в осуществлении контроля за исполнением законов и нормативных правовых актов, которые обеспечивают уровень жизни общества.

Основные направления муниципального управления, которые могут оказать влияние на обеспечение социально-экономического развития ЛНР приведены в таблице 1.

Таблица 1

Влияние муниципального управления в обеспечении социально-экономического развития ЛНР

Влияние муниципального управления на развитие региона ЛНР	Развитие экономики и создание рабочих мест	Улучшение качества жизни населения	Решение проблем экологии и сохранение природных ресурсов	Развитие инфраструктуры и транспортной системы
Результат влияния муниципального управления на развитие региона ЛНР	Развитие предпринимательства, поддержка малого и среднего бизнеса, создание инфраструктуры и т.д.	Развитие предпринимательства, поддержка малого и среднего бизнеса, создание инфраструктуры и т.д.	Охрана окружающей среды, развитию экологически чистых технологий, энергосбережению, улучшению системы водоснабжения и водоотведения и т.д.	Строительству и реконструкции дорог, развитию общественного транспорта, созданию комфортных условий для пешеходов и велосипедистов, развитию туристической инфраструктуры

Однако муниципалитеты очень часто сталкиваются с множеством проблем, которые сильно затрудняют достижения целей социально-экономического развития, особенно на территориях новых субъектов РФ. Проблемы развития муниципального управления показаны в таблице 2 [4].

Таблица 2

Проблемы развития муниципального управления и с чем могут возникать эти проблемы

Проблемы развития муниципального управления	Финансовые ограничения	Недостаток квалифицированных кадров	Недостаточное взаимодействие с жителями	Сложность координации и сотрудничества	Недостаточная прозрачность и открытость
Причины возникновения	Ограниченные бюджетные ресурсы	Недостаток опытных и компетентных сотрудников, способных эффективно управлять и развивать муниципалитет	Связано с недостаточным участием жителей в процессе принятия решений	Недостаточное сотрудничество и координация между различными структурами и уровнями власти	Недоверие жителей и ограничить их возможности влиять на принимаемые решения и контролировать деятельность муниципалитета

Считаем, что также важно учитывать мнение и потребности каждого гражданина и работника при стратегической разработке и реализации программ модернизации муниципалитета, для создания эффективной системы, которая сможет обеспечить благополучие и процветание региона и общества.

Перспективы развития муниципального управления в обеспечении социально-экономического развития на территории ЛНР приведены в таблице 3[5].

Таблица 3

Перспективы развития муниципального управления в обеспечении социально-экономического развития на территории ЛНР

Перспективы развития муниципалитетов в ЛНР	Использование информационных технологий	Развитие партнерства с гражданами и общественными организациями	Укрепление финансовой устойчивости	Развитие кадрового потенциала	Улучшение механизмов контроля и отчетности
Что необходимо для развития муниципалитета в ЛНР	Внедрение электронного правительства, автоматизацию процессов, электронное голосование и другие технологические инновации	Развитие партнерства с гражданами и общественными организациями позволит улучшить качество принимаемых решений и повысить доверие к муниципальному управлению	Необходимо разрабатывать эффективные финансовые стратегии, управлять бюджетом и привлекать инвестиции для обеспечения устойчивого развития	Обеспечивать обучение и развитие своих сотрудников, привлекать высококвалифицированных специалистов и создавать условия для их профессионального роста	Разрабатывать и внедрять эффективные системы контроля и отчетности, которые позволят обеспечить прозрачность и открытость деятельности муниципального управления.

Ссылаясь на информацию в таблице выше, считаем, что одной из перспектив развития органов местного самоуправления является укрепление роли гражданского общества. Потому что вовлечение граждан в процесс принятия решений поможет лучше отражать интересы всех слоев населения и сделать управление более демократичным. А также улучшать механизмы обратной связи с населением и стараться укреплять роль гражданского общества. По мнению автора, такими методами



можно обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие муниципалитета на территории ЛНР.

**Результаты исследования.** В заключение, несмотря на проблемы и перспективы в развитии муниципального управления, хотелось бы сделать предложение рекомендаций по улучшению эффективности этой системы в достижении целей социально-экономического развития, а именно:

автоматизация и цифровизация процессов: внедрение новейших изобретений для автоматизации времязатратных процессов, использование искусственного интеллекта для анализа и принятия решений;

развитие транспортной инфраструктуры: строительство и модернизация новых маршрутов и дорог, мостов и транспортных узлов для улучшения качества жизни и логистики;

образование и обучение: внедрение новых программ для профессиональной подготовки, для повышения квалификации сотрудников, сделать акцент на цифровые навыки в использовании цифровых устройств, работа с программами и приложениями.

#### **Список литературы:**

1. О местном самоуправлении в Луганской Народной Республике: Закон ЛНР от 30 марта 2023 года № 432-III/с изменениями, внесенными законами Луганской Народной Республики от 28.09.2023 № 3-I, от 02.11.2023 № 11-I. – URL : <https://www.nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/19888/>. – Принят Народным Советом (Постановление № 993-НС).

2. Михеева, Т. О некоторых проблемах института муниципальной службы / Т.О. Михеева // Государственная служба. – М. – 2002. – №4 (18). – С. 352.

3. Функции муниципального управления: основные задачи и роли в развитии городов и поселений. – Текст: электронный // Научные Статьи.Ру – портал для студентов и аспирантов. – Дата последнего обновления статьи: 14.10.2023. – URL <https://nauchniestati.ru/spravka/funkczii-municipalnogo-upravleniya/> (дата обращения: 13.04.2024).

4. Анализ муниципального управления: понимание, методы и преимущества. – Текст: электронный // Научные Статьи.Ру – портал для студентов и аспирантов. – Дата последнего обновления статьи: 02.10.2023. – URL <https://nauchniestati.ru/spravka/analiz-municipalnogo-upravleniya/> (дата обращения: 13.04.2024).

5. Анализ муниципального управления: понимание, методы и преимущества. – Текст: электронный // Научные Статьи.Ру – портал для студентов и аспирантов. – Дата последнего обновления статьи: 02.10.2023. – URL <https://nauchniestati.ru/spravka/analiz-municipalnogo-upravleniya/> (дата обращения: 13.04.2024).

Беспалова Д. М., студент  
Научный руководитель: Кошелева Е. Г., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*bespalova.20012006@gmail.com*

## ОСОБЕННОСТИ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГРАЖДАН ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА В РОССИЙСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО

**Актуальность.** С момента объявления независимости в 2014 году, Донецкая Народная Республика (ДНР) столкнулась с серьезными экономическими трудностями. Конфликт на востоке Украины привел к разрушению инфраструктуры, потере производственных мощностей и значительной убыли практически во всех отраслях экономики. Несмотря на сложную военную обстановку, руководство ДНР понимало, что без деятельности органов исполнительной власти суверенитет данной территории не может быть признан полным.

В связи с этим уже в конце 2014 года главой Донецкой республики подписываются документы, которые регламентируют порядок создания и функционирования государственных органов. В числе первых была организована деятельность Пенсионного фонда ДНР.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В научной литературе создан определенный фундамент для изучения темы исследования. Несмотря на то, что совершенствование пенсионной системы является одним из ключевых вопросов, поднимаемых учеными, в настоящее время изучение данной сферы в современных условиях хозяйствования Республики является недостаточным.

**Целью** данной работы является определение особенностей изучения пенсионной системы при переходе в российское экономическое пространство.

**Результаты исследования.** Пенсионная система в ДНР, по сути, находится только в стадии становления, поэтому многие моменты схожи с системой пенсионного обеспечения в Украине.

В настоящее время уровень пенсионного обеспечения в ДНР сильно пострадал из-за вооруженного конфликта, который начался в 2014 году. Многие пенсионеры потеряли доступ к своим пенсиям из-за разрушения инфраструктуры и потери документов. До 2022 года ожидалось, что пенсионная система в ДНР будет восстановлена и улучшена благодаря усилиям местных и международных организаций [1]. Пенсионерам будет предоставлена возможность получать свои пенсии вовремя, а также будут предприняты шаги по улучшению их уровня жизни. Однако, полная стабилизация и восстановление пенсионной системы в ДНР может занять много лет из-за сложности ситуации в регионе. Необходимо приложить много усилий и обеспечить финансовую поддержку для достойной жизни пенсионеров и обеспечения им необходимой социальной защиты.

После 2022 года пенсионная система ДНР стала частью пенсионной системы РФ и функционирует в соответствии с российским законодательством [2]. Система пенсионного обеспечения включает в себя накопительную и распределительную части, а также некоторые социальные гарантии для пенсионеров. С 01.03.2023 г. вступил в силу Федеральный закон от 17.02.2023 г. № 17-ФЗ «Об особенностях пенсионного и дополнительного социального обеспечения граждан, проживающих на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонских областей» [3], которым предусмотрено право граждан на обращение за пересмотром пенсии в соответствии с законодательством РФ (право на пересмотр

размера пенсии согласно законодательства РФ имеют женщины, которые достигли 58 летнего возраста и мужчины, достигшие 63 лет).

Пенсионный возраст и размер пенсии определяются законодательством и могут быть изменены в зависимости от общей экономической ситуации в стране. Важно отметить, что пенсионная система может быть подвержена изменениям и реформам, чтобы обеспечить устойчивость и эффективность ее функционирования. Пенсионерам в Республике, как и в других регионах России, полагаются социальные выплаты, льготы и компенсации в зависимости от их статуса и нужд. Государство также поддерживает программы обеспечения пенсионеров необходимыми услугами и медицинским обслуживанием. С целью улучшения жизни пенсионеров в Донецкой Народной Республике и обеспечения им достойного уровня жизни с 01.01.2024 г. размер пенсии был повышен [4].

Согласно новым пенсионным изменениям, размер пенсии будет пересматриваться в соответствии с уровнем инфляции и увеличиваться раз в год [5]. Таким образом, пенсионеры смогут получать справедливую и возрастающую пенсию, которая будет корректироваться в зависимости от экономической ситуации в стране. Необходимость повышения пенсий может возникать из-за разных причин. Например:

уровень инфляции – повышение цен на товары и услуги приводит к снижению покупательной способности пенсионеров;

социальная справедливость – социальная справедливость предполагает гарантирование равных возможностей для всех граждан, включая пенсионеров;

экономический рост – повышение пенсий способствует стимулированию экономического роста. Увеличение доходов пенсионеров позволяет им увеличивать потребление, что в свою очередь стимулирует развитие производства и рост экономики;

демографические изменения – рост средней продолжительности жизни и сокращение численности населения в возрастной группе пенсионеров приводят к увеличению трудностей в формировании пенсионных фондов и растущему дефициту средств для выплат пенсий [6].

Учитывая все эти факторы, повышение пенсий в ДНР в 2024 году является необходимым и оправданным шагом для обеспечения благополучия пенсионеров и устойчивого развития республики.

Стабильность экономической ситуации в ДНР является одним из основных факторов повышения пенсий. Если экономика будет расти и развиваться, то может появиться возможность для повышения пенсий. Политические решения, направленные на поддержание и развитие экономики, играют важную роль в повышении пенсий.

Интеграция системы регулирования пенсионной системы ДНР в российское правовое поле сопряжено с рядом проблем:

1. Сложность согласования региональных и федеральных территориальных органов Социального фонда России, что не всегда позволяет соблюсти принцип справедливого распределения бюджетных средств в соответствии со стажем и категорией труда пенсионеров.

2. Длительная проверка документов пенсионеров.

3. Недостаточная информированность населения об алгоритмах действия для получения и перерасчета пенсионных отчислений.

4. Нестабильность экономического развития Республики.

5. Различия в системах пенсионного обеспечения.

6. Возможные потери при переходе.

7. Неопределенность в законодательстве: изменения в законодательстве обеих стран могут повлиять на процесс перехода, что может привести к дополнительным проблемам и неопределенности для пенсионеров.

8. Необходимость перерегистрации. Для получения пенсии в новой стране необходимо будет пройти процедуру перерегистрации и предоставить все необходимые документы, что может занять длительное время и вызвать дополнительные сложности.

Адаптационными мерами по гармонизации пенсионной системы ДНР в контексте вхождения региона в российское экономическое пространство могут стать следующие: активизация информационной кампании; поддержка социальных служб; медицинская помощь пенсионерам с ограниченными возможностями здоровья; повышение социальных выплат; консультации пенсионерам; предоставление компенсационных выплат тем категориям граждан, которые лишены пенсионных отчислений в связи с особенностями российского законодательства.

**Выводы.** Таким образом, исходя из результатов исследования, можно сделать следующие выводы:

переход в российскую пенсионную систему может привести к увеличению расходов государства на выплату пенсий, что может повлечь за собой сокращение финансирования других социальных программ;

различия в законодательстве и подходах к пенсионной реформе могут вызвать недопонимание и проблемы в процессе интеграции пенсионных систем;

важно проанализировать последствия данного перехода для жителей и их пенсионных накоплений, чтобы определить, каким образом это повлияет на их финансовое положение и будущее.

В целом, переход с одной пенсионной системы на другую – это сложный процесс, требующий внимательного планирования и своевременного оформления всех необходимых документов. Для уменьшения рисков и проблем рекомендуется обращаться за консультацией к специалистам и ознакомиться с законодательством обеих стран.

#### Список литературы:

1. Будет ли повышение пенсий в ДНР в 2024 году? – Текст: электронный. – URL: <https://www.more-angel.ru/budet-li-povyshenie-pensiy-v-dnr-v-2024-godu/> (дата обращения: 31.03.2024).

2. Пенсии жителей новых регионов пересчитают по российским законам. – Текст: электронный. – URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/63ea46e49a79473170a56f9c/> (дата обращения: 31.03.2024).

3. Об особенностях пенсионного и дополнительного социального обеспечения граждан, проживающих на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области: Федеральный закон от 17.02.2023 № 17-ФЗ // КонсультантПлюс. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_439911/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_439911/).

4. Пенсионный фонд ДНР: как работает, есть ли официальный сайт, будет ли повышение // Право кабинет. – Текст: электронный. – URL: <https://pravokabinet.com/faq/pensii-v-dnr.html/> (дата обращения: 31.04.2024 г.).

5. Изменения в 2024 по пенсии ДНР. – Текст: электронный. – URL: <https://koliaskirostov.ru/020324/izmeneniya-v-2024-po-pensii-dnr/> (дата обращения: 31.03.2024).

6. В ДНР намерены продлить перерасчет пенсий до конца 2024 года // Закон и Справедливость. – Текст: электронный. – URL: <https://bobbarbershop.ru/nalogovoe-pravo/2016-v-dnr-namereny-prodlit-pereraschet-pensiy-do-konca-2024-goda.html/> (дата обращения: 31.03.2024).

Бочаров А. А., Чумак Д. В., студенты  
Научный руководитель: Иванова Н. М., канд. экон. наук, доцент  
Сибирский государственный университет путей и сообщений, РФ  
*andreyandreevich890@mail.ru; chumack10leo@yandex.ru*

## КИБЕРНЕТИКА И ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

**Актуальность:** в современном мире, где цифровые технологии проникают во все сферы жизни, кибернетика играет ключевую роль и в государственном управлении. С каждым днём возрастает потребность в эффективных инструментах анализа данных, автоматизации процессов и принятии обоснованных решений на основе информации.

**Анализ последних исследований и публикаций:** последние исследования в области кибернетики и государственного управления подчёркивают значимость использования современных методов и моделей для оптимизации работы органов власти. Исследования также указывают на необходимость постоянного развития и совершенствования систем управления на основе новых технологий.

**Цель исследования:** целью данного исследования является изучение влияния кибернетики на процессы государственного управления, выявление основных трендов и перспектив развития данной области.

**Результаты исследования.** Изучение темы данной работы является важной и актуальной областью исследований на стыке информационных технологий и политики. Кибернетика, наука об управлении и коммуникации в сложных системах, широко используется в современном государственном управлении, позволяя оптимизировать процесс принятия решений, повысить эффективность работы государственных органов и улучшить взаимодействие с обществом.

Важным аспектом взаимосвязи кибернетики и государственного управления является использование современных информационных технологий для сбора, анализа и обработки данных. Это способствует улучшению мониторинга социально-экономических процессов, принятию обоснованных решений на основе фактических данных, повышению прозрачности и подотчётности перед обществом.

Так же ключевым направлением применения кибернетики в государственном управлении является создание интеллектуальных систем поддержки принятия решений. Эти системы используют данные из различных источников, проводят анализ информации и предоставляют рекомендации по оптимальным действиям. Такие системы могут быть полезны при принятии стратегических решений, планировании бюджета, мониторинге социально-экономических процессов и других задачах.

Важным элементом успешного государственного управления является внедрение цифровых технологий в различные сферы деятельности государства – от систем электронного правительства до оцифровки образования и здравоохранения. Веб-технологии позволяют значительно повысить качество государственных услуг, сделать их более доступными для граждан и повысить эффективность управленческих решений.

Ещё одна важная область применения кибернетики в государственном управлении – анализ и прогнозирование социально-экономических процессов. С помощью математических моделей и компьютерных систем можно прогнозировать развитие экономики, здравоохранения, образования и других отраслей, чтобы эффективнее планировать долгосрочные стратегии национального развития.

Кибернетика – это наука о системах саморегулирования и контроля, оказывающая существенное влияние на эффективность государственных структур и процесс управления в целом. В настоящем исследовании рассматриваются различные аспекты

взаимодействия кибернетики и государственного управления, ее влияние на современное общество и перспективы развития.

Одним из ключевых вопросов, рассматриваемых в данном исследовании, является применение информационных технологий в государственном управлении. Современные цифровые технологии позволяют собирать, анализировать и обрабатывать большие объемы данных, способствуя принятию более эффективных решений и оптимизации работы государственных учреждений. Электронное правительство, оцифровка образования и здравоохранения и другие аспекты цифрового развития становятся важными элементами современного государственного управления.

Еще один важный аспект исследований – использование кибернетических методов для анализа и прогнозирования социально-экономических процессов. Математические модели и компьютерные системы позволяют делать более точные прогнозы в экономике, здравоохранении, образовании и других сферах, что может помочь в разработке эффективных стратегий управления и планирования.

Следует подчеркнуть важность кибербезопасности в государственном управлении. Рост цифровизации и использование новых технологий представляют угрозу для информационной безопасности государственных учреждений, поэтому необходимо разработать соответствующие механизмы защиты и контроля.

**Выводы:** кибернетика играет важную роль в современном государственном управлении, способствуя повышению эффективности работы государственных учреждений и развитию цифрового общества. Дальнейшие исследования в этой области будут способствовать разработке более совершенных систем управления, которые повысят качество жизни граждан. Использование кибернетики в государственном управлении имеет большой потенциал для совершенствования системы управления и повышения ее эффективности. Дальнейшее развитие этого направления позволит создать более открытые, прозрачные и ответственные государственные органы, способные оперативно реагировать на изменяющиеся условия и потребности общества.

#### Список литературы:

1. Россинский, Б.В Система публичной власти и интеграция кибернетических и синергетических подходов в государственном управлении / Б.В. Россинский. – Текст: электронный // CYBERLENINKA: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-publichnoy-vlasti-i-integratsiya-kiberneticheskikh-i-sinergeticheskikh-podhodov-v-gosudarstvennom-upravlenii> (дата обращения: 06.04.2024).

2. Ельцин, Б.Е Кибернетический подход к государственному управлению / Б.Е. Ельцин. – Текст: электронный // StudFiles: [сайт]. – URL: <https://studfile.net/preview/1874730/page/5/> (дата обращения: 06.04.2024).

3. Бадамшина, М. Искусство управления всем: что такое кибернетика и зачем она нужна / М. Бадамшина. – Текст: электронный // РБК Тренды: [сайт]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/615408c89a7947ec46f24aff> (дата обращения: 06.04.2024).

4. Уткин, О.В. Информационные технологии государственного и муниципального управления / О.В. Уткин. – Текст: электронный // Справочник от автор24: [сайт]. – URL: <https://spravochnick.ru/lektoriy/informacionnye-tehnologii-gosudarstvennogo-i-municipalnogo-upravleniya/> (дата обращения: 06.04.2024).

5. Петухова, А.С. Кибернетика и её роль в познании управления / А.С. Петухова. – Текст: электронный // Аллея истории: [сайт]. – URL: [https://alley-science.ru/domains\\_data/files/1July2021/KIBERNETIKA%20I%20EY%20ROL%20V%20POZNANII%20UPRAVLENIYA.pdf](https://alley-science.ru/domains_data/files/1July2021/KIBERNETIKA%20I%20EY%20ROL%20V%20POZNANII%20UPRAVLENIYA.pdf) (дата обращения: 06.04.2024).

Кожемяко Е. В., студент

Научный руководитель: Иванова Н. М., канд. экон. наук, доцент  
Сибирский государственный университет путей сообщения,  
kozheniako558@gmail.com

## «ПРОГНОЗИРОВАНИЕ» В УСЛОВИЯХ ЭЛЕКТРОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Первые инициативы в области электронного образования появились в 1990-х годах. Многие страны начали запускать национальные проекты в этой сфере. В России же государственная поддержка электронного обучения (включая дистанционные технологии) начала поступать только в 2014 году благодаря поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации. Это нашло свое отражение в программе развития электронного образования на период 2014-2024 годов.

### *Модели E-Learning*

Электронное обучение (e-learning) – это метод обучения, использующий компьютерные, информационные и веб-технологии для поддержки процесса обучения. В России также часто называется дистанционным обучением [1].

Существует несколько моделей дистанционного обучения, среди которых выделяют:

1. Консультационное дистанционное обучение, где учитель помогает студентам разобраться в материале через онлайн-чаты, видеоконференции или по телефону.

2. Корреспондентское дистанционное обучение, где студентам предоставляются учебные материалы для самостоятельной работы, а затем они отправляют свои ответы на проверку учителю.

3. Телевизионное дистанционное обучение, где учебные материалы и лекции передаются по телевидению, позволяя студентам учиться дома.

4. Сетевое обучение, где студенты используют интернет и онлайн-ресурсы для изучения материала и общения с учителями и другими студентами.

Каждая модель имеет свои особенности и преимущества, и выбор подходящего вида дистанционного обучения зависит от конкретной образовательной программы и потребностей студентов.

Современное e-learning основано на сетевых технологиях, интегрируя учебные методики с возможностями интернет-технологий для передачи необходимых знаний.

### *Преимущества E-Learning*

мобильность – доступ к программам обучения в любом месте и в любое время;  
интерактивность – одновременный доступ неограниченного количества обучающихся;

неформальность – процесс обучения происходит в комфортной обстановке;

экономичность – сокращение затрат на обучение;

технологичность – запись и воспроизведение учебных материалов;

индивидуальный подход – возможность персонализации программы под каждого учащегося [2].

Важно отметить, что обучение через технологии e-learning позволяет обучающемуся самому выбирать темп обучения, повторять материалы по необходимости, а также получать быструю обратную связь от преподавателя или тренера.

Само обучение может проходить как в *on-line режиме* (с применением сетевых технологий или Интернет), так и в *off-line режиме* (на основе мультимедийной платформы CD или DVD).

Исследования показывают, что в настоящее время электронное обучение (e-learning) становится все более актуальным явлением. С развитием технологий и распространением доступа в Интернет, все большее количество людей отдаёт предпочтение онлайн-обучению. Это открывает широкие возможности для тех, кто по различным причинам не может посещать обычные учебные заведения – будь то географическая удалённость, занятость работой или другие обстоятельства.

Вузы предоставляют студентам более широкий доступ к современным технологиям и учат их использовать эти технологии, что делает выпускников высококвалифицированными специалистами в сфере информационных технологий. Сотрудники коммерческих организаций получают доступ к передовым системам высоких технологий и информационным ресурсам, что позволяет им эффективно выполнять свои рабочие обязанности. Также работники государственных органов имеют доступ к различным информационно-аналитическим системам, которые помогают им принимать обоснованные решения в рамках своих полномочий.

В целом, доступ к информационным технологиям играет ключевую роль в повышении производительности и эффективности работы вузов, коммерческих организаций и государственных учреждений. E-learning представляет собой удобный и эффективный способ обучения, который объединяет новейшие технологии с гибкостью и индивидуальным подходом к каждому [1]. Поэтому прогнозирование будущего электронной образовательной платформы сегодня становится одним из ключевых вопросов, который, безусловно, имеет свои перспективы.

Необходимость создания современной и безопасной цифровой образовательной среды, обеспечивающей высокое качество и доступность образования всех видов и уровней, была сформулирована Президентом Российской Федерации в Указе от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». Правительство Российской Федерации предусмотрело решение этой задачи при определении основных направлений деятельности на период до 2024 года [3].

Минэкономразвития России при осуществлении проекта «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» планирует создание государственной информационной системы на базе информационного ресурса, обеспечивающего доступ по принципу «одного окна» к онлайн-курсам, реализуемым различными образовательными платформами. Предполагается внедрение национальной системы профессионального роста педагогических работников, обеспечение возможности для непрерывного и планомерного повышения квалификации, в том числе на основе использования современных цифровых технологий.

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон об образовании) использует следующие термины в области цифрового образования: электронные образовательные и информационные ресурсы (статья 2, пункт 26; статья 18); дистанционные образовательные технологии (статья 13, часть 2; статья 16); электронное обучение (статья 13, часть 2; статья 16); электронная информационно-образовательная среда (статья 16, часть 3); цифровые (электронные) библиотеки (статья 18, часть 1); профессиональные базы данных (статья 18, часть 1); информационные справочные и поисковые системы (статья 18, часть 1); электронные учебные издания (статья 18, часть 1). При этом только в отношении двух понятий предпринята попытка сформулировать их юридическое содержание.

#### **Список литературы:**

1. Соколова, Н.Ф. Причины, затрудняющие развитие электронного образования и пути их преодоления / Н.Ф. Соколова // Информационные технологии в науке,



управлении, социальной сфере и медицине: сборник научных трудов II Международной конференции. Томск: Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – URL: [https://portal.tpu.ru/appnews/files/13382/sbornik\\_1chast\\_3\\_1.pdf](https://portal.tpu.ru/appnews/files/13382/sbornik_1chast_3_1.pdf) 2015: 765–767 (дата обращения: 02.03.2024)

2. Голубева, Ю.С. E-Learning: от виртуального обучения к реальным успехам. – Текст: электронный. – URL: <http://esc.isert-ran.ru/article/226/full> (дата обращения: 02.03.24).

3. Тараканов, А.В. Технология дистанционного обучения: учебное пособие / А.В. Тараканов, К.В. Садова, Е.А. Крайнова. – Текст: электронный. – Самара: СамГТУ 2017. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см.; ISBN 978-5-7964-2073-1 : 25 экз. (дата обращения: 02.03.24).

4. Применение дистанционных образовательных технологий. – URL: [https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/4131/1/Катосонов%20И.В.\\_ПИБд-1202a.pdf](https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/4131/1/Катосонов%20И.В._ПИБд-1202a.pdf) (дата обращения: 02.03.2024).

5. Нормативно-правовые основы применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. – Текст: электронный. – URL: [https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/28253/1/978-5-8295-0623-0\\_2019\\_024.pdf](https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/28253/1/978-5-8295-0623-0_2019_024.pdf) (дата обращения: 02.03.2024).

Мантуликова Ю. С., аспирант

*Научный руководитель:* Шувалова Е. Б., д-р экон. наук, профессор  
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, РФ  
[j\\_mantulikova@mail.ru](mailto:j_mantulikova@mail.ru)

## РАЗВИТИЕ НАУЧНЫХ ТЕОРИЙ ПО ПОСТРОЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ

**Актуальность.** Налоги, налоговая система и налоговая политика имеют первостепенное значение для деятельности государства, являются фундаментальной основой его существования. Они оказывают существенное воздействие на экономику страны, обеспечивают финансовую устойчивость развития государства, влияют на качество жизни и уровень благосостояния граждан. Именно поэтому столь важным для государства является установление оптимальной системы налогообложения наряду с соблюдением требований справедливости и достижением эффективности всех функций налогов.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В рамках исследования были проанализированы работы российских ученых по данной тематике – Майбурова И.А., Черника Д.Г., Шмелева Ю.Д. и др.

**Цель исследования.** Целью исследования является раскрытие и описание развития научных теорий по построению эффективной налоговой системы.

**Результаты исследования.** Теоретические аспекты налогов и налоговой системы представляют собой сложную область научного познания, требующую баланса между финансовыми потребностями государственного бюджета, экономическими аспектами и социальной справедливостью. Понимание этих аспектов помогает строить эффективные и сбалансированные налоговые системы, способствуя устойчивому развитию экономики.

*Теория обмена* – является одной из первых теорий налогообложения. Она была сформирована в конце XV – начале XVI века и основывается на том, что процесс налогообложения рассматривается как своеобразный процесс обмена между государством и налогоплательщиками. В рамках этой теории считалось, что государство предоставляет различные услуги и общественные блага, такие как инфраструктура, образование, здравоохранение и безопасность, за которые налогоплательщики, в свою очередь, вносят свой вклад посредством уплаты налогов. Теория обмена также уделяет внимание принципу справедливости в этом обмене. Государство должно обеспечить справедливое распределение общественных благ, с учетом способности граждан оплачивать свои потребности и налоги.

Таким образом, теория обмена помогает понять взаимоотношения между государством и налогоплательщиками, представляя их в образе процесса обмена ресурсами и услугами.

*Атомистическая теория* – является более поздней версией теории обмена. Согласно данной теории, налоговая система государства рассматривается как совокупность отдельных элементов, или атомов, которые взаимодействуют между собой. Эта теория в основном сосредоточена на анализе эффективности и справедливости налоговой системы через ее составляющие части. Подход атомистической теории налогообложения акцентирует внимание на индивидуальных элементах налоговой системы, таких как отдельные налоговые ставки, льготы и методы сбора налогов. Каждый элемент вкладывается в общую структуру налогообложения и влияет на ее эффективность

В целом, атомистическая теория налогообложения позволяет рассматривать налоговую систему не как целое, а как состоящую из отдельных элементов структуру, что позволяет осуществлять ее более детальный анализ в целях улучшения эффективности и справедливости налогообложения на уровне каждого такого элемента.

*Теория наслаждения* утверждает, что налог – это плата государству за предоставляемые им «наслаждения», «удовлетворения» или «пользу», к которым относятся общественный порядок, правосудие, защита граждан и т. д. Последователи этой теории считают, что налоги, помимо их финансовых последствий, могут оказывать воздействие на психологический, социальный и поведенческий аспекты налогоплательщиков.

Таким образом, теория наслаждения подчеркивает важность понимания психологических аспектов взаимодействия между государством и налогоплательщиками, а также рассматривает воздействие налогов на общественное поведение и уровень удовлетворения от уплаты налогов.

*Теория налога как страховой премии* предполагает, что уплата налогов может рассматриваться как обязательный взнос, аналогичный плате за страхование, предназначенный для обеспечения государством определенных благ или услуг в случае возникновения негативных событий или потребностей у налогоплательщиков. В рамках этой теории налоги как страховая премия предполагают создание фонда или механизма обеспечения для граждан в случае бедствий, кризисов или других критических ситуаций. Государство собирает налоги для обеспечения финансового покрытия в случае необходимости предоставления помощи или поддержки.

Таким образом, теория налога как страховой премии подчеркивает роль налогов как способа обеспечения защиты, безопасности и социальной поддержки граждан в возможных экстренных и кризисных ситуациях.

Основателями классической теории налогов и налогообложения, которая возникла в конце XVIII – середине XIX века, являются Адам Смит, Давид Рикардо,

Жан-Батист Сэй. Они рассматривали налоги как обязательство граждан перед государством, необходимое для обеспечения финансирования общественных потребностей и функций государства. Одним из ключевых принципов является принцип справедливого налогообложения, который предполагает равномерное распределение налогового бремени с учетом доходов налогоплательщиков [8, с. 232].

Джон Мейнард Кейнс (1883–1946) внес огромный вклад в экономическую мысль. Согласно теории Джона Мейнарда Кейнса, государство посредством кредитно-денежной и бюджетной политик должно содействовать притоку капитала, в том числе благодаря налогам. Он считал, что налоги – это «встроенные стабилизаторы», так как размер налогов прямо пропорционален инвестициям и обратно пропорционален сбережениям. Он поддерживал идею о том, что налоговые ставки должны быть уравновешены таким образом, чтобы они не сдерживали инвестиции и потребление.

Позднее английские экономисты Ирвинг Фишер и Нью Калдор сформировали неокейнсианскую теорию налогообложения. Согласно неокейнсианству, предпочтительными считаются прогрессивные налоговые ставки, которые означают, что люди с более высокими доходами будут платить более высокие проценты своего дохода на налоги, чем люди с низкими доходами. Это считается способом уменьшения социальных неравенств и обеспечения социальной справедливости [1, с. 56].

Неоклассическую модель построил английский экономист Джеймс Эдуард Мид (1907–1995). Основные идеи неоклассической теории заключаются в том, свободные рынки и конкуренция способствуют эффективной работе экономики, стимулируя инновации и эффективное использование ресурсов. Согласно этой теории, государство осуществляет лишь косвенное регулирование; предпочтение отдается кредитно-денежной политике [6, с. 87].

В рамках неоклассической теории налогообложения широкое распространение получили два направления: теория экономики предложения и монетаризм.

Теория экономики предложения возникла в конце XX века. Представителями данной теории являются американские ученые Артур Лаффер (1940 г.р.) и Мюррей Вейнденбаум (1927–2014). По их мнению, уменьшение налогов ведет к стимулированию работников, повышению производительности и прямо пропорционально увеличивает прибыль организаций. Представители этой теории выступают за либерализацию в управлении экономикой, согласно их взглядам, государство обязано по минимуму вмешиваться в рынок. Для компенсации снижения поступлений в бюджет они предлагают сокращение числа социальных программ, снижение субсидий и затрат на инфраструктурные проекты.

Данные принципы активно используются в наше время в западных странах.

*Теория монетаризма* была разработана в 1950 – е годы профессором Чикагского университета Милтоном Фридманом (1912–2006). Он предлагал ограничить роль государства только одной деятельностью: регулированием денег в обращении. Манипулирование денежной массой в обращении в сочетании со снижением налогов и регулированием процентной ставки позволяет создать стабильность экономики. Под денежной массой понимается общий объем наличных и безналичных денег в обращении в экономике.

Налоги должны быть спроектированы таким образом, чтобы минимизировать искажения решений предпринимателей и инвесторов, стимулируя экономическую активность.

Монетаристы подчеркивают важность рационального использования ресурсов и необходимости минимизации бюрократических издержек в налоговой системе. В рамках монетаристской концепции эффективная система налогообложения создает

благоприятную среду для предпринимательской деятельности и развития сектора частного предпринимательства.

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать вывод о том, что не существует какой-либо одной теории, которая стала бы универсальной для всех государств в деле определения наиболее эффективной налоговой системы.

**Выводы.** Развитие научных теорий по построению эффективной налоговой системы является важной задачей для улучшения финансового управления государством, обеспечения устойчивого экономического развития и соблюдения основных принципов налогообложения: справедливости, эффективности, прозрачности и простоты. Эффективная налоговая система должна сочетать в себе инновационные подходы и традиционные принципы – необходимые качества для того, чтобы реагировать на вызовы современного мира и способствовать общественному благосостоянию.

#### Список литературы:

1. Майбуров, И.А. Теория налогообложения. Продвинутый курс: учебник / И.А. Майбуров, А.М.Соколовская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 591 с.
2. Майбуров, И.А. Энциклопедия теоретических основ налогообложения / И.А. Майбуров. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 503 с.
3. Налоги: учебное пособие / Д.Г. Черник, М.Ю. Алексеев, О.Н. Болабонова [и др.]. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 656 с.
4. Романовский, М.В. Налоги и налогообложение: учебник для вузов / М.В. Романовский. – СПб.: Питер, 2010. – 526 с.
5. Соколов, А.А. Теория налогов / А.А. Соколов. – М.: ООО «ЮрИнфоР-Пресс», 2003. – 506 с.
6. Теория и история налогообложения: учеб. пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2004. – 232 с.
7. Юткина, Т.Ф. Налоги и налогообложение: учеб. для вузов / Т.Ф. Юткина. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 429 с.
8. Черник, Д.Г. Теория и история налогообложения: учебник для вузов / Д.Г. Черник, Ю.Д. Шмелев. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 364 с.

Мелеховская К. К., студент

*Научный руководитель:* Иванова Н. М., канд. экон. наук, доцент  
Сибирский государственный университет путей сообщения, РФ  
*iork2004@gmail.com*

## ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

**Актуальность.** Экономический анализ деятельности нефтегазовых предприятий является важным направлением исследований на сегодняшний день в экономике, поскольку предприятия играют весомую роль в обеспечении ресурсами производственного и потребительского секторов экономики. Ресурсоснабжающие отрасли, такие как горнодобывающая, нефтегазовая, лесопромышленная и другие, обеспечивают страну важными сырьевыми ресурсами и энергией, необходимыми для развития не только национальной экономики, но и мировой торговли.

В настоящее время, когда мировая экономика сталкивается с различными вызовами, такими как изменение климата, конкуренция на мировых рынках, санкции,

необходимо более детально исследовать и анализировать деятельность добывающих предприятий. Это позволит выявить оптимальные стратегии управления ресурсами, повысить эффективность и конкурентоспособность предприятий, а также будет способствовать стабильному экономическому развитию страны в целом.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Ознакомившись с трудами, на которые мы будем опираться в ходе исследования можно сделать вывод, что вопрос экономического анализа нефтегазовых предприятий изучен и является актуальным для исследователей.

Проблематику воздействия санкций на состояние российского нефтегазового сектора рассматривают Е.И. Ларионова, Т.И. Чинаева, Е.П. Шпаковская. Направления развития нефтегазовой отрасли исследуют в научных статьях А.Г. Бездудная, Р.В. Смирнов, М.Г. Трейман и G. Molnar.

Е.И. Ларионова, Т.И. Чинаева, Е.П. Шпаковская исследуют характер и степень влияния санкций на состояние российского нефтегазового комплекса. Авторы показывают, что с 2014 года нефтегазовый сектор испытывает наиболее сильное негативное воздействие санкций по технологическому и финансовому каналам. Согласно авторскому подходу, финансовый канал является наиболее сильным по воздействию в силу долгового характера бизнес-моделей предприятий нефтегазового сектора. Технологический канал воздействия нацелен на долгосрочную перспективу, и его влияние заключается в прерывании большей части налаженных технологических связей, невозможности приобретения технологий, необходимых для эффективной работы отрасли [1].

К аналогичному выводу, относительно воздействия санкционной политики приходят различные авторы, согласно их подходу, нефтегазовый сектор находится в сильной зависимости от иностранных поставщиков. При этом, как показано в их статьях, прерывание цепей поставок высокотехнологичного оборудования послужило не драйвером развития внутреннего рынка высоких технологий, а способствовало переходу на китайское импортозамещение: нефтегазовые компании активно импортируют необходимые им оборудование и технологические решения из Китая [2].

Исследователи А.Г. Бездудная, Р.В. Смирнов и М.Г. Трейман в процессе анализа путей развития нефтегазового комплекса приходят к выводу, что предприятия нефтегазовой отрасли в настоящее время сталкиваются с изменениями в структуре затрат. На себестоимость нефти и газа влияет в большей степени не стоимость разработки и эксплуатации месторождения, а стоимость доставки сырья к потребителю [3]. G. Molnar указывает, что на транспортный сегмент может приходиться более 50 % затрат, возникающих в цепочке создания стоимости природного газа, продаваемого на международном уровне. При этом природный газ является одним из самых сложных и дорогих первичных видов топлива для транспортировки [4].

**Цель исследования.** Целью исследования является установление роли нефтегазодобывающих предприятий для нефтегазовой отрасли экономики.

**Результаты исследования.** Рассматривая состояние российского нефтегазового комплекса, необходимо отметить стратегическую важность данной отрасли в социально-экономическом развитии России. Нефтегазовый сектор является центральным элементом российской экономики, оказывая влияние на ее развитие на двух уровнях. На первом уровне создается 70 % валовой добавленной стоимости сектора – это деятельность по добыче углеводородов, деятельность в области производства и перераспределения нефти и природного газа и тд. Второй уровень представляет собой деятельность смежных отраслей, таких как отрасль грузоперевозок и сфера торговли. Во вторичном подсекторе создается порядка 30 % валовой

добавленной стоимости нефтегазовой индустрии. Таким образом, нефтегазовый сектор вносит значительный вклад в сферу услуг, а именно в сфере оптовой торговли и транспорта.

Высокая капиталоемкость нефтегазового сектора означает, что отрасль вносит лишь небольшой трудовой вклад, непосредственно задействовав лишь около 2 % рабочей силы России, что составляет 1,5 млн. человек [5]. Хотя косвенные последствия для занятости могут быть более значительны, их трудно оценить количественно из-за проблем со статистической отчетностью.

За рассматриваемый период именно данным сектором экономики было создано от 13,9 % до 20,7 % валового внутреннего продукта российской экономики. Вклад нефтегазового сектора значительно сократился в 2020 году на фоне пандемии и глобального сокращения потребности в углеводородах, которое проявилось в сокращении выпуска (величина индекса составила 87,9). Однако уже в 2021 году видно увеличение доли в ВВП, которое наблюдается на фоне восстановления экономики и роста величины добавленной стоимости. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, в первом и втором кварталах 2022 года доля нефтегазового сектора превысила 20 %, а индекс физического объема составил 120 % по сравнению с показателем 2021 года.

Быстрое восстановление произошло во многом благодаря выполнению соглашения об ограничении добычи между странами-членами ОПЕК и странами, не входящими в данную интеграцию. В результате, благодаря рекордным ценам на энергоносители, ПАО «Роснефть» отчиталась о своей самой высокой чистой прибыли в 2021 году в размере 11,7 млрд. долларов, а ПАО «Газпром» достиг рекордной чистой прибыли в 29 млрд долларов.

Основываясь на анализе данных относительно доли нефтегазового сектора в ВВП России, можно сделать вывод о возрастании его роли и увеличении зависимости показателей экономического развития от результатов деятельности нефтегазовых компаний. Дефицит бюджета без учета нефтегазовых доходов, достигающий в ряде периодов 10 % ВВП указывает на высокую зависимость экономики от деятельности сектора, оказывающего более чем существенное влияние на потоки государственных доходов [6].

**Выводы.** Несмотря на все сложности, с которыми сталкивается нефтегазовая отрасль, проведенный анализ позволяет сделать вывод о ключевой роли данной отрасли на рынке. Нефтегаз представляет собой стратегически важный сектор, оказывающий существенное влияние на экономику. Эффективное управление ресурсами имеет решающее значение для устойчивого развития и конкуренции. Поэтому стратегические решения, основанные на компетентном экономическом анализе, позволят нефтегазовым предприятиям успешно преодолевать вызовы и оставаться лидерами в своей отрасли.

#### **Список литературы:**

1. Ларионова, Е.И. Анализ развития нефтегазового сектора в современных условиях / Е.И. Ларионова, Т.И. Чинаева, Е.П. Шпаковская // Статистика и Экономика. 2019. – № 16(6). – С. 26–36.
2. Азиева, Р.Х. Развитие отечественных цифровых технологий для нефтегазовой отрасли / Р.Х. Азиева // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 2(59). – С. 75–82.
3. Бездудная, А.Г. Исследование путей развития нефтегазового сектора: региональные, экологические и информационные аспекты / А.Г. Бездудная, Р.В. Смирнов, М.Г. Трейман // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 9(1). – С. 31–38.

4. Molnar G. Economics of Gas Transportation by Pipeline and LNG. In: Hafner, M., Luciani, G. (eds) // The Palgrave Handbook of International Energy Economics. Palgrave Macmillan, Cham. 2022. Pp. 23–57.

5. Simola, Heli., Solanko, Laura Russia's oil & gas sector in global energy transition // BOFIT Policy Brief No. 7/2021. – Текст: электронный. – URL: <https://publications.bof.fi/bitstream/handle/10024/44895/bpb0721.pdf?sequence=1>.

6. Устинова, Л.Н. Факторный анализ динамики валового внутреннего продукта в международном разрезе / Л.Н. Устинова, А.Э. Устинов, Р.М. Спразетдинов // Креативная экономика. – 2022. – № 5. – С. 1671-1688.

Орлова А. С., студент

*Научный руководитель:* Скоробогатова Н. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[ak0065881@gmail.com](mailto:ak0065881@gmail.com)

## СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДИНАМИКИ ОБЪЕМА ИННОВАЦИОННЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ КАК ВАЖНЕЙШЕГО ПОКАЗАТЕЛЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Актуальность темы.** Одной из приоритетных задач экономики Российской Федерации является переход на инновационный путь развития. Достижение основных целей стратегии становится невозможным без формирования органами государственного управления мер по поддержке технологической модернизации отраслей экономики РФ, поскольку этот фактор имеет большой вес в обеспечении конкурентоспособности продукции страны на глобальном рынке.

**Целью исследования** является анализ динамики объема инновационных товаров и услуг Российской Федерации.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучению инновационной деятельности и ее роли в экономике страны посвятили свои труды многие ученые, разносторонне описавшие содержание, виды и формы данной экономической категории (Архипова М.Ю., Кучмаева О.В., Гилилов М. В., Кукукина И. Г. и др.), однако недостаточно уделено внимания статистическому аспекту исследования.

**Результаты исследования.** Инновационная деятельность – многогранное понятие, которое включает в себя целый комплекс научных, финансовых, технических мероприятий, направленных на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. В экономической литературе нет единой трактовки понятия «инновационная деятельность». Одно из них гласит: «Инновационная деятельность – это деятельность, направленная на получение новых продуктов и знаний, результатом является коммерческая реализация новых технологий, новой продукции, материалов, новых методов организации и управления производства [2]. Эффективность национальной экономики в современной России во многом зависит не только от природных и трудовых резервов, но также и от научно-технического потенциала страны, от внедрения инновационных технологий, развития наукоемкого производства, что является одним из благоприятных условий для роста всех значимых показателей. Важной характеристикой инновационной деятельности является объем инновационных товаров и услуг. Изучение динамики этого показателя позволяет отслеживать изменение объема инновационных товаров и услуг, выявлять тенденцию развития (табл. 1).

Таблица 1

Показатели анализа динамики объема инновационных товаров и услуг организаций за 2014-2021 годы

Годы	Стоимость инновацион. товаров и услуг, млрд. руб.	Абсолютный прирост, млрд. руб.		Темп роста, раз		Темп прироста, %		Абсолютное значение 1% прироста, млрд. руб.
		базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	цепной	
<i>A</i>	<i>I</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
2014	3579,9	-	-	1,000	-	-	-	-
2015	3843,4	263,5	263,5	1,074	1,074	7,4	7,4	35,8
2016	4364,3	784,4	520,9	1,219	1,136	21,9	13,6	38,43
2017	4167,0	587,1	-197,3	1,164	0,955	16,4	-4,5	43,64
2018	4516,3	936,4	349,3	1,262	1,084	26,2	8,4	41,67
2019	4863,4	1283,5	347,1	1,359	1,077	35,9	7,7	45,16
2020	5189,0	1609,1	325,6	1,449	1,067	44,9	6,7	48,63
2021	6003,3	2423,4	814,3	1,677	1,157	67,7	15,7	51,89

Рассчитано автором по [4, с. 517].

Цепные показатели динамики свидетельствуют о том, что объем инновационных товаров и услуг организаций увеличивался во все годы, кроме 2017 г., когда их объем снизился на 197,3 млрд. руб. или на 4,5 %. Самый большой рост зафиксирован в 2021 году по сравнению с 2020 годом – на 814,3 млрд. руб. или на 15,7%. Максимальное значение 1% прироста в размере 51,89 млрд. руб. приходится на 2021 год. По сравнению с 2014 г. стоимость инновационных товаров и услуг увеличивалась ежегодно. Наибольший прирост достигнут в 2021 г. – на 67,7%.

Для обобщающей характеристики динамики изучаемого явления вычислены средние показатели. Расчеты показывают, что за период 2014-2021 гг. средний годовой объем инновационных товаров и услуг организаций составил 4565,8 млрд. руб. При этом в среднем ежегодно этот показатель повышался на 346,2 млрд. руб. или в 1,077 раз, то есть на 7,7%. В среднем ежегодно на каждый процент повышения объема инновационных товаров и услуг приходилось 43,6 млрд. руб. Данный ряд динамики представлен графически (рис. 1). При этом на оси абсцисс строится шкала времени, а на оси ординат – шкала уровней ряда.

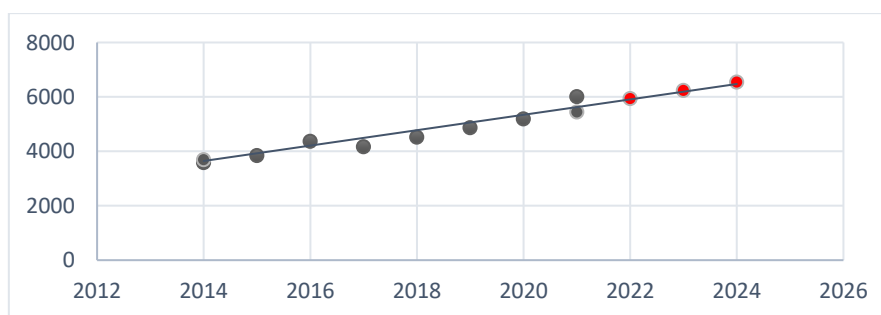


Рис. 1. Динамика объема инновационных товаров и услуг организаций, выравненные значения за 2014-2021 год и прогнозные значения

Для выявления тенденции развития показателя использован метод аналитического выравнивания (табл. 2).



Таблица 2

Вспомогательные расчеты для определения параметров  $a_0$  и  $a_1$  уравнения прямой и критерия статистической точности аналитического уравнения

Годы	Стоимость инновационных товаров и услуг, млрд. руб., у	$t$	$t^2$	$yt$	$\tilde{y}_t$	$ y - \tilde{y}_t $	$\left  \frac{y - \tilde{y}_t}{y} \right $
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
2014	3579,9	- 7	49	-25059,3	3690,8	110,9	0,03098
2015	3843,4	- 5	25	-19217,0	3940,8	97,4	0,02534
2016	4364,3	- 3	9	-13092,9	4190,8	173,5	0,039754
2017	4167,0	-1	1	-4167,0	4440,8	273,8	0,06571
2018	4516,3	1	1	4516,3	4690,8	174,5	0,03864
2019	4863,4	3	9	14590,2	4940,8	77,4	0,01591
2020	5189,0	5	25	25945,0	5190,8	1,8	0,00035
2021	6003,3	7	49	42023,1	5440,8	562,5	0,093698
Итого	36526,6	0	168	25538,4	36526,4	1471,8	0,310382

Рассчитано автором по [4, с. 517].

Уравнение прямой, описывающей тенденцию изменения объема инновационных товаров и услуг за период 2014-2021 год, принимает вид:  $\tilde{y}_t = 4565,8 + 152t$ . Расчеты позволяют сделать вывод о тенденции роста объема инновационных товаров и услуг, при этом в среднем ежегодно они повышались на 152 млрд. руб., о чем свидетельствует значение параметра  $a_1$  в уравнении прямой. При сложившейся тенденции, предположительно объем инновационных товаров и услуг в 2024 г. будет примерно составлять 6541,8 млрд. руб. (рис. 1).

**Выводы.** Вопросы активизации инновационной деятельности – один из приоритетов России. Инновационная деятельность направлена на получение новых продуктов и знаний, ее результатом является коммерческая реализация новых технологий, новой продукции, материалов, новых методов организации и управления производством. Государственное регулирование инновационной деятельности является важным инструментом для развития экономики и общества. Оно направлено на создание благоприятных условий для инноваций, стимулирование их развития и поддержку инновационных проектов. Государство использует различные инструменты, такие как налоговые льготы, гранты, субсидии, создание инновационных центров и т.д., чтобы содействовать инновационной активности. Важным инструментом является широкое использование методов статистического анализа, результаты которого выступают основой для принятия соответствующих управленческих решений.

#### Список литературы:

1. Андреева, Е.С. Научные основы инновационных технологий: учебное пособие / Е.С. Андреева. – Нижнекамск: Нижнекамский химико-технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «КНИТУ», 2014. – 62 с.
2. Архипова, М.Ю. Способы получения статистических данных об инновациях и их распространении / М.Ю. Архипова, О.В. Кучмаева // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2016. – Том 6. – № 10А. – С. 272-288.
3. Государственное регулирование инноваций: ключевые аспекты и влияние на развитие. – Текст: электронный. – URL: <https://nauchniestati.ru> (дата обращения: 08.04.2024).
4. Федеральная служба государственной статистики – Текст: электронный. – URL: <http://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 08.04.2024).

Петроченко Д. В., студентка  
Научный руководитель: Орлова Л. В.  
Донецкий государственный университет, РФ  
*petrochenkodasha2018@gmail.com*

## РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ

**Актуальность.** В настоящее время в условиях постоянных изменений мировой экономики, в социально-трудовой сфере наблюдается распространение нестандартных форм занятости, хроническое увеличение безработицы, а также значительно сокращается доля официально трудоустроенного населения. Этому способствует ряд факторов: неудовлетворенность населения безопасностью условий труда, недоверие к равному вознаграждению за равный труд, недостатком гарантийности привилегий для официальных сотрудников. Таким образом, имеет место быть необходимость совершенствования системы законодательных, экономических, социальных и иных государственных гарантий и льгот для обеспечения всем трудоспособным гражданам равных прав и возможностей труда, лечения, отдыха.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучением проблематики данного вопроса занимались: Н.Т. Вишневская, Г. Л. Подвойский, Н.А. Шкляева. Доклады и аналитические записки о текущем состоянии безработицы и удовлетворённости населения социально-трудовой сферой публикует Министерство труда и социальной защиты РФ в официальных источниках.

**Цель исследования** – разработать рекомендации по совершенствованию государственной политики в сфере социальной защиты трудоспособного населения, проанализировав предшествующие этому факторы.

**Результаты исследования.** Экономика труда определяется, как наука, изучающая всю совокупность социально-трудовых отношений, закономерностей их развития и формы проявления в конкретных общественных условиях. Всеобщая декларация прав человека в статье 22 содержит такую информацию: «Каждый человек, как член общества, имеет право на социальное обеспечение и на осуществление необходимых для поддержания его достоинства и для свободного развития его личности прав в экономической, социальной и культурной областях через посредство национальных усилий и международного сотрудничества и в соответствии со структурой и ресурсами каждого государства» [1]. Соответственно, одной из приоритетных экономических задач государства в отношении трудовых ресурсов является предоставление гарантий и компенсаций временно нетрудоспособному населению, создание условий для эффективных занятий трудовой деятельностью, обеспечение комплексного и бесплатного медицинского обслуживания в случае производственной травмы и т.д.

Государственная политика в отношении реформ 90-х годов и по настоящее время характеризуется защитой социально уязвимых слоев общества (граждане пенсионного возраста, инвалиды, безработные, малообеспеченные, вынужденные мигранты и пр.). Это было связано с переходом к рыночной экономике и недостаточностью бюджетных средств для полноценной реализации социальной защиты. Например, единое пособие беременным и семьям с детьми до 17 лет. Получить его могут именно малообеспеченные семьи, которые не только имеют доходы ниже прожиточного минимума по региону, но также и имущество, которое укладывается в определенный перечень [2]. Тенденция построения данной системы, охватывающей лишь

неспособные достаточно обеспечить себя группы населения, и на очень низком уровне, в настоящее время отражает явную недостаточность развития общества, прежде всего с экономической его стороны.

Человеческий труд является гарантом инноваций, технологического прогресса и экономического роста. Именно благодаря труду людей происходит производство товаров и услуг, которые удовлетворяют потребности всего общества. Таким образом имеет место быть необходимость совершенствования государственной политики в сфере социальной защиты трудоспособного населения. На данный момент при правительстве РФ действует фонд социального страхования. Он является специализированным финансово-кредитным учреждением. За счет средств фонда социального страхования осуществляются: оплата дополнительных дней отдыха, которые в соответствии с трудовым законодательством предоставляются родителям, имеющим детей-инвалидов; приобретаются путевки на санаторно-курортное лечение и отдых работников и членов их семей; предоставляется лечебное (диетическое) питание; частично финансируется содержание санаториев-профилакториев, санаторных и оздоровительных лагерей для детей и юношества; оплачивается проезд к месту лечения или отдыха [3]. Средства фонда являются государственной собственностью, не входят в состав бюджетов соответствующих уровней и изъятию не подлежат. К основным недостаткам действующей государственной системы в отношении трудовых ресурсов можно отнести:

возможность получения отдельными категориями населения (работникам с детьми) социальных выплат и льгот в течение длительного времени без объективной оценки нуждаемости в них;

наблюдается крайне низкий уровень пособий и компенсаций для временно нетрудоспособных сотрудников, задержки по их выплате, частое отсутствие предусмотренных законодательством льгот;

затруднительный бюрократический процесс, в связи с которым увеличивается число неофициально устроенных сотрудников и имеется тенденция к существенному различию предоставления им социальной защиты;

некачественная медицинская помощь работникам при производственных травмах; остро стоит вопрос о замене социальных льгот (бесплатный проезд, бесплатное питание) на те же суммы денежных выплат и т. д.

Следует обозначить, что социальные льготы – это не просто экономический инструмент, финансовые потоки и трансакционные издержки, а непосредственная связь каждого человека и государства системой взаимных обязательств, ставшей для значительной части людей естественным компонентом социальной жизни – наряду с подоходным налогом, выплатами госпошлин и одновременно – с бесплатным образованием и медициной. Таким образом можно сформулировать основные цели государственной стратегии управления трудовыми ресурсами: в сфере управления населением и трудовыми ресурсами государственные программы должны способствовать развитию предпринимательства, инвестициям и созданию новых рабочих мест, что поможет снизить уровень безработицы и повысит экономический рост; государство должно гарантировать предусмотренные законодательством льготы для всех официально устроенных работников, что увеличит число занятых в экономике граждан; целесообразным было бы уменьшить социальную дифференциацию сотрудников, учитывая их потребности и обеспечивать качественное социальное обеспечение (это включает в себя доступ к здравоохранению, жилью, пенсиям, образованию, отдыху и другим социальным услугам; политика и стратегии управления трудовыми ресурсами должны учитывать миграционные потоки и регулировать их в соответствии с потребностями рынка труда (например, привлечение

высококвалифицированных специалистов путём упрощения процедур трудовой миграции и защиту прав мигрантов).

Примерами успешной реализации политики и стратегии управления трудоспособным населением могут быть:

1. Программы образования на местах. Исследование, проведенное Ассоциацией развития талантов, показало, что сотрудники, получающие официальное обучение на рабочем месте программы в 2,5 раза чаще чувствуют себя способными выполнять свою работу, чем те, кто не проходит такого обучения [4].

2. Общая поддержка предпринимательства. Государство может предоставлять финансовую поддержку для развития предпринимательства.

3. Развитие социального обеспечения. Государство может уменьшить социальную дифференциацию населения, путём предоставления выплат тем, кто действительно нуждается в них, а также стимулировать граждан быть официально занятыми путём предоставления соответствующих привилегий и льгот.

4. Разработка миграционной политики. Государство может разрабатывать и реализовывать миграционную политику, которая регулирует миграционные потоки, создает программы для привлечения высококвалифицированных специалистов и обеспечивает социальную защиту мигрантов.

**Вывод.** Главной целью социальной политики является обеспечение достойного качества жизни населения на основе динамичного развития экономики. Трудовые ресурсы, в частности трудоспособное население, это фактор, влияющий на устойчивое социально-экономическое развитие всей территории. Управление трудовыми ресурсами является центральной проблемой управления общественным воспроизводством, ибо функционирование главной производительной силы выступает решающим фактором экономического развития и общественного прогресса в целом. На данный момент продолжают функционировать устаревшие социально-экономические реформы, что привело к социальной дифференциации работников, уменьшению численности официальных сотрудников, пассивности экономических ресурсов и их желанию жить исключительно за предоставляемые государством средства. Таким образом целесообразным было бы усовершенствовать государственную политику в социально-трудовой сфере путём комплексных преобразований.

#### **Список литературы:**

1. Всеобщая декларация прав человека. – Текст: электронный. – URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/declhr.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml) (дата обращения: 08.04.2024).

2. Ежемесячное пособие в связи с рождением и воспитанием ребенка (Единое пособие). – Текст: электронный // Социальный фонд России: [сайт]. – URL: [https://sfr.gov.ru/grazhdanam/edinoe\\_posobie?ysclid=luo2mb4e38907043390](https://sfr.gov.ru/grazhdanam/edinoe_posobie?ysclid=luo2mb4e38907043390) (дата обращения: 08.04.2024).

3. Социальная защита трудоспособного населения как элемент социальной политики государства. – Текст: электронный. – URL: <https://studall.org/all3-541.html?ysclid=lunj74qd396643505> (дата обращения: 08.04.2024).

4. Программы обучения без отрыва от производства – передовой опыт 2024 г. – Текст: электронный. – URL: <https://ahaslides.com/ru/blog/on-the-job-training-program/> (дата обращения: 08.04.2024).

Печкина А. А., студент  
Научный руководитель: Оленичева Ю. А., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
Anna.Pechkina.1.7@yandex.ru

## ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В ДНР: ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

**Актуальность.** Изучение влияния демографических процессов на функционирование и развитие человеческого капитала региона актуально как никогда. Демографические процессы включают в себя изменения в численности, структуре и распределении населения, а также процессы миграции. Все эти факторы оказывают существенное влияние на развитие и потенциал региона. К примеру, снижение численности населения может привести к сокращению рынка труда, а, следовательно, к дефициту квалифицированных работников и специалистов. Понимание демографической ситуации в регионе способствует выявлению основных проблем и взаимосвязей в развитии человеческого капитала, его потенциала, что в свою очередь позволяет разработать более эффективные стратегии для регионального развития.

**Анализ последних исследований и публикаций** А. В. Божечкова [1], В. П. Коваленко, М. В. Борисенко [2], Л. И. Тараш и других ученых, занимающихся изучением этой темы, выявил, что роль социально-экономических аспектов в развитии человеческого капитала очень велика. Особым влиянием на этот процесс обладают демографические тенденции региона.

Исследователь Божечкова А. В. утверждает, что современные примеры прогресса развивающихся стран наиболее ярко отражают положительную связь между инвестициями в образование и темпами экономического роста [1]. И, действительно, к примеру, развитие человеческого капитала через навыки предпринимательства и инновационное мышление способствует созданию новых предприятий, малого и среднего бизнеса, а более масштабно отражается на перспективах экономического роста предприятия, региона, страны. На данный момент существует множество подходов в изучении влияния демографии на развитие человеческого капитала территории, однако в ДНР этот вопрос требует особого внимания в рамках военного положения, индивидуальных особенностей края и других специфичных условий, играющих важную роль в развитии региона.

**Цель исследования** заключается в анализе демографической ситуации в ДНР и выявлении взаимосвязей ее влияния на развитие человеческого капитала.

**Результаты исследования.** Итак, изучая динамику изменения численности населения, проживающего в Республике, можно проследить тенденцию к ее снижению в сравнимом десятилетнем периоде в среднем на 19 839 человек или 0,9%. В 2014 году в регионе проживало 2,3 млн. чел., в 2015 г. – 2,2 млн. чел., в 2016 г. – 2,326 млн. чел., в 2017 г. – 2,306 млн. чел., в 2018 году – 2,293 млн. чел., в 2019 г. – 2,276 млн. чел., в 2020 г. – 2,26 млн. чел., в 2021 г. – 2,242 млн. чел., в 2022 г. – 2,2 млн. чел., а в 2023 г. – 2,122 млн. человек. Закономерно рождаемость снижается в течение 2014-2023 гг. в среднем на 9%, а коэффициент умерших нестабильно меняет свое направление изменений по годам в среднем на 0,02% [2]. В частности, 2015 год выделяется значительным падением демографических показателей, что объясняется последствиями начала военных действий в 2014-м и усилением миграционного оттока населения. К тому же количество умерших снизилось за счет сокращения всей численности населения. Усугубляется и ситуация демографического кризиса тем, что показатель смертности превышает рождаемость, к примеру, в 2014 году почти в 2 раза,

а в 2022 году – в 7 раз [2]. Количественно подходя к вопросу развитого человеческого капитала, отметим, что с уменьшением численности населения его потенциал не наращивается и максимально эффективно не используется, а напротив вынужденно лишается таких возможностей.

Кроме того, для Донецкой Народной Республики характерно старение населения. Так, в 2024 году группа пожилых людей от 60 лет занимает от всей численности проживаемых 2-е место (492 177 чел.), что на 29 701 человека больше, чем количество суммируемых группы детей и группы подростков (212 145 и 250 331 человек соответственно) [2]. Как следствие, демографическая нагрузка на 1 тыс. лиц трудоспособного возраста увеличивается и составила 789 человек. Помимо негативных последствий, связанных с этой тенденцией, а именно сокращения рабочей силы, давления на пенсионную систему и т.д., отметим, что в сложившейся возрастной структуре для более эффективного раскрытия человеческого капитала необходимо уделять большее внимание образованию пожилых людей и организации адаптированной социальной инфраструктуры. Тем самым определение потребностей в различных сферах образования и профессиональной подготовки по возрастной структуре населения играет важную роль для верного выбора стратегии развития общества.

Таким образом, исследуемый регион характеризуется первым типом воспроизводства населения, то есть отрицательным естественным приростом, возрастающим количеством людей пожилого возраста и снижением числа детей и подростков. Сконцентрируем внимание на 3-х главных причинах такой ситуации: политическая неопределенность (до 04.10.2022 года, когда ДНР вступила в состав Российской Федерации), военное положение, экономическая нестабильность.

В том числе данная тенденция обусловлена коронавирусной инфекцией, проблемами экологической обстановки и сферы здравоохранения, а также миграционным оттоком людей. Последнее детерминировано войной, породившей депрессивное состояние населения, постоянно подверженного витальной угрозе, и экономическими факторами. Так, стартовая зарплата в 2019 году выпускника медицинского университета, т.е. врача без категории, в ДНР составляла 6 тыс. рублей, в то время как в соседней Ростовской области – 16 тыс. рублей [3]. И социологический опрос 2019 года, описываемый в своей работе В. П. Коваленко и М. В. Борисенко, показал действительно высокую нацеленность успешной в образовательно-профессиональном плане молодежи на трудоустройство в России (почти 25%) [3]. Тем более что после вхождения ДНР в состав Российской Федерации и активно полученного гражданства РФ выход на ее рынок труда стал намного проще. Рассматривая же данную тенденцию с точки зрения функционирования человеческого капитала и в нашем случае – его перераспределения, стоит отметить, что, безусловно, миграционные потоки между регионами способствуют привлечению высококвалифицированных специалистов и предпринимателей, а также обмену знаниями и опытом. Однако, с другой стороны, могут привести к тому, что профессионалы уедут «за лучшей жизнью» и потенциал рабочей силы региона снизится, а социальное неравенство страны, соответственно, увеличится. Таким образом, перед властью Донецкой Народной Республики стоит важная задача в сохранении собственного человеческого капитала и возвращении эмигрантов.

Помимо вышенаписанного, рост человеческого капитала связан с ростом экономики, развитием ее инновационной составляющей. В результате экономической блокады региона и активных военных действий опытно-промышленная база была разрушена и многие экспериментальные производства прекратили существовать. Кроме того, наблюдаются негативные процессы старения научных кадров (в том числе

высшей квалификации) и износа материально-технической базы генерации знаний [4]. В свою очередь, несмотря на многочисленные преграды, в ДНР действует 10 организаций, подведомственных Государственному комитету по науке и технологиям в ДНР с целью проведения фундаментальных, теоретических, поисковых и прикладных научно-исследовательских, экспериментальных, опытно- и проектно-конструкторских разработок и внедренческих работ в специализированных областях [1]. И послание Президента РФ от 29 февраля 2024 года дало им дополнительный толчок в развитии, поддержке инновационной деятельности и содействию трансфера технологий.

К тому же образовательные организации Донецкой Народной Республики продолжают свою работу в дистанционном формате и готовят новые кадры, постоянно повышая качество преподавания и проводя научно-технические мероприятия. Так, по данным 2021 г. свыше 25 тыс. студентов обучалось по программе среднего профессионального образования, а в высшие учебные заведения (16 организаций по всей Республике) было зачислено более 15 тыс. студентов [3].

Стоит отметить, что, реализовывая интеграцию в российское научное и образовательное пространство, четыре вуза ДНР успешно прошли государственную аккредитацию, подтвердив полное соответствие содержания и качества подготовки обучающихся федеральным государственным образовательным стандартам Российской Федерации. Среди них – Донецкий национальный медицинский университет [3]. Затрагивая сферы образования и здравоохранения, выделим обратную связь влияния развитого человеческого капитала на демографические показатели. Так, высококвалифицированный и образованный персонал в медицинской сфере способствует повышению качества здравоохранения и его стандартов, что в свою очередь приведет к снижению смертности и увеличению продолжительности жизни населения. А увлеченные и высококлассные преподаватели в школах и университетах (особенно прошедших аккредитацию РФ) формируют качественный уровень образования у молодежи и подготавливают ее к будущим профессиональным вызовам, что увеличит их вклад в развитие организации и экономики региона в целом.

Таким образом, демографические процессы и рост человеческого капитала взаимосвязаны, и изменения в одной сфере могут влиять на другую. Понимание этих взаимосвязей позволяет определить потенциал исследуемой территории и разработать эффективные стратегии развития.

**Выводы.** Закономерна прямолинейная связь «человеческий капитал – экономический рост». Верно и обратное утверждение, что с экономическим ростом, проявляемым в увеличении государственных расходов на повышение эффективности образовательных, научно-технологических учреждений усиливается человеческий капитал. В том числе такие демографические изменения, как рост или снижение численности населения, возрастная и половая структура, миграционные потоки, могут существенно влиять на доступность и качество человеческого капитала.

#### **Список литературы:**

1. Божечкова, А. В. Человеческий капитал / А. В. Божечкова. – Текст: электронный // Большая российская энциклопедия. – URL: <https://bigenc.ru/c/chelovecheskii-kapital-a962e1/>. – Дата публикации: 10.02.2022.
2. Население Донецкой Народной Республики. – Текст: электронный. – 2020-2023. – URL: <https://bdex.ru/naselenie/doneckaya-narodnaya-respublika/> (дата обращения: 06.04.2024).
3. Коваленко, В. П. Формирование и развитие человеческого капитала в непризнанных государствах / В. П. Коваленко, М. В. Борисенко // Россия и новые государства Евразии. – 2021. – № I (L). – С. 159-175.

Резниченко Л. А., студент  
 Научный руководитель: Орлова Л. В.  
 Донецкий государственный университет, РФ  
 linareznichenko8@gmail.com

## СИСТЕМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Актуальность.** Современные вызовы внешнеполитической обстановки требуют от России стремления к уменьшению зависимости от импорта и расширения внутренних производственных возможностей для импортозамещения в ключевых отраслях экономики. Вместе с этим следует отметить высокий уровень зависимости от импорта в ряде высокотехнологичных секторов, что требует внимания и дальнейших усилий. Необходимость улучшения государственного регулирования внешнеэкономической деятельности обусловлена негативным воздействием санкций, наложенных некоторыми странами.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы управления и развития внешнеэкономической деятельности разносторонне представлены в трудах Исаева О.В. Отдельным вопросам расширения внешнеэкономических связей и обеспечения внешнеэкономической деятельности на уровне регионов посвящены работы Зыбенко С.В. Проблемами эффективности ВЭД занимаются такие ученые, как Городнова Н.В., Домников А.Ю.

**Цель исследования:** проанализировать систему государственного регулирования внешнеэкономической деятельности РФ.

**Результаты исследования.** Внешнеэкономическая деятельность существенно влияет на развитие современной российской экономики. В условиях глобальной экономики и политического воздействия внешнеэкономические отношения становятся ключевыми для обеспечения экономического роста и конкурентоспособности страны.

На рисунке 1 представлена динамика внешней торговли Российской Федерации за 2014-2023 гг.



Рис. 1. Внешняя торговля России за 2014-2023 гг., в млрд долл. [1]

Если рассматривать весь период, то импорт России имеет положительный тренд. Но имеют место некоторые колебания. Так, в 2015–2018 гг. наблюдается сокращение экспорта, что обусловлено снижением цен на сырьевые товары, такие как нефть. Стоимость нефти начала снижаться в конце 2018 г. Лишь за октябрь-декабрь 2018 г. стоимость нефти марки Brent сократилась с 86,29 до 52,16 долл. за баррель, т.е. на 39,55 %.



Спад показателей внешней торговли, начавшийся с 2020 г., связан с началом пандемии COVID-19, которая замедлила экономическую активность во всех странах мира, и Россия не исключение. Так, в 2020 г. значение товарооборота достигло минимального значения в 572,6 млрд. долл. за последние 10 лет, но затем к 2021 г. ситуация восстановилась. Это связано с отменой ограничений, связанных с пандемией и ускорением экономической активности как внутри страны, так и за ее пределами.

Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности в России составляет сложную и динамичную систему, включающую в себя действия исполнительных и законодательных органов власти. Этот процесс базируется на нескольких важных принципах. Прежде всего, стремится к согласованности в проведении внешнеэкономической и внутренней экономической политики. Кроме того, подчеркивается необходимость единой государственной и негосударственной регламентации, а также осуществления контроля над этой системой. Наконец, санкции, направленные на регулирование внешнеэкономической деятельности, должны иметь экономическое направление [6].

Основной нормативно-правовой акт, регулирующий внешнеэкономическую деятельность, является ФЗ № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности». В нем устанавливается понятие внешнеторговой деятельности как «деятельность по совершению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью» [2]. Данный закон определяет права, обязанности и ответственность между государством и его экономическими субъектами в ходе внешней торговли.

Помимо государственных и региональных методов регулирования внешнеэкономической деятельности существуют специальные методы, используемые для управления особыми экономическими зонами. Деятельность этих зон осуществляется на основании Федерального закона № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в РФ» [3].

Одним из важнейших аспектов в рамках системы государственного контроля за внешнеэкономической сферой деятельности (ВЭД) в России являются методы администрирования, такие как регулирование таможенных тарифов и нетарифные меры, а также различные инструменты поощрения, включающие государственную финансовую поддержку для экспортеров, гарантии и страхование. Введение таможенных пошлин и тарифов помогает управлять потоком товаров через границу, обеспечивая защиту национального рынка и стимулируя развитие отечественного производства. Таможенные пошлины могут выполнять роль не только средства защиты от импортной продукции, но и эффективного инструмента воздействия на внешнеторговые отношения с целью достижения стратегических внешнеполитических целей. Другим методом регулирования внешнеэкономической деятельности является валютное регулирование. Государство имеет возможность вмешиваться в валютный рынок путем установления курсов валют или введения ограничений на операции с иностранной валютой с целью обеспечения стабильности национальной валюты и платежного баланса.

Государству необходимо внедрять новые способы регулирования внешнеэкономической деятельности, которые будут оказывать положительное влияние на экономику в целом. Гибкость политики и эффективность на внешнеторговом рынке напрямую влияют на конкурентоспособность страны и ее положение в мировом экономическом сообществе [6].

Важным направлением развития внешнеэкономической деятельности России в 2023 году является углубление сотрудничества с государствами ШОС и БРИКС. В этом контексте активно развивается создание единого пространства экономического

сотрудничества с участием стран-участниц этих организаций, что способствует увеличению объемов торговли, привлечению иностранных инвестиций и развитию новых форм экономического сотрудничества [5].

С другой стороны, в условиях беспрецедентного давления на Россию со стороны зарубежных партнеров, 21 марта 2022 года в Государственную Думу Российской Федерации был внесен законопроект о выходе России из ВТО. Это решение может привести к существенному увеличению цен для отечественных покупателей и вызвать серьезные инфляционные последствия в экономике страны из-за значительного увеличения таможенных пошлин. Предполагается, что размер экспортных пошлин может возрасти в семь раз, что подчеркивает важность защиты отечественных производителей со стороны российского государства. Государственная политика должна быть долгосрочной, важно учитывать адаптивность, стратегии геоэкономического развития и избирательный подход к определению геополитических и экономических преимуществ. Это позволит стране с минимальными потерями преодолеть финансово-экономические кризисы, сохранить научно-техническую базу, обеспечить высокую самообеспеченность энергоресурсами и сырьем, модернизировать производственные и инфраструктурные объекты [4].

В условиях антироссийских санкций важно адаптировать принципы регулирования ВЭД для обеспечения экономической стабильности и развития внешнеэкономических связей. В России ведется активная работа по моделированию экономико-правового режима государственного регулирования внешнеэкономической деятельности России в контексте политического регулирования ВЭД, способного быстро и адекватно реагировать на современные изменения.

**Выводы.** Благодаря накопленному опыту, Россия освоила умение приспосабливаться к санкциям, искать новые рынки и партнеров. Россия способна эффективно преодолеть санкции и обеспечить стабильный экономический рост путем применения стратегий, таких как расширение спектра экспортируемых товаров, стимулирование внутреннего рынка, привлечение инвестиций, укрепление национальной валюты и развитие технологических возможностей.

#### **Список литературы:**

1. Внешняя торговля России: 1994 – 2024. – Текст: электронный. – URL: <http://global-finances.ru/vneshnyaya-torgovlya-rossii/?ysclid=lujp5auhyb657786432>.
2. Об основах государственного регулирования внешнеэкономической деятельности: Федеральный Закон № 164-ФЗ от 08.12.2003 г. – Текст: электронный. – URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
3. Об утверждении ставок ввозных таможенных пошлин в отношении отдельных товаров, страной происхождения которых являются государства и территории, предпринимающие меры, которые нарушают экономические интересы Российской Федерации: Постановление Правительства РФ №2240 от 07 декабря 2022 года. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_433828/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_433828/).
4. Городнова, Н.В. Влияние финансовых санкций на регулирование внешнеэкономической деятельности России / Н.В. Городнова, А.Ю. Домников // Экономические отношения. – 2022. – Т. 12, № 2. – С. 215-234.
5. Зыбенко, С.В. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности в России на современном этапе / С.В. Зыбенко. – Текст: электронный // Российский экономический интернет-журнал. – 2023. – № 1. – URL: <https://www.e-rej.ru/upload/iblock/724/06zaq211wo5ioimy7owcco1xvvyz2j6n.pdf>.
6. Исаева, О.В. Внешнеэкономическая деятельность в России: ключевые аспекты регулирования и поддержки Агрэкспорта / О.В. Исаева // Вестник аграрной науки. – 2022. – № 4 (97). – С. 89-94.

Сенетутов Н. Е., студент  
Научный руководитель: Кошелева Е. Г., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
nikita.senetytov@gmail.com

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ

**Актуальность.** Повышение эффективности деятельности органов государственной и муниципальной власти – важная задача для современной России. Ведь от эффективности деятельности государственных и муниципальных органов зависит качество жизни населения, социально-экономическое развитие и национальная безопасность государства.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В своих исследованиях проблему эффективности деятельности государственного и муниципального управления рассматривали: Г. М. Шамарова, Л. И. Прокопова, В. Г. Горб и др.

**Цель** данной работы заключается в исследовании некоторых аспектов эффективности деятельности органов государственного и муниципального управления, а также разработка предложений по ее повышению.

**Результаты исследования.** В современном обществе в одно из направлений управления социально-экономической системой довольно сильно вошло стремление к улучшению эффективности деятельности органов государственной власти, также как и повышение эффективности деятельности в других отраслях человеческой деятельности. Направление эффективности деятельности органов государственной власти довольно сильно связано с постоянно проводимыми в различных странах государственными реформами. В частности, в России в начале XXI века началась Административная реформа, связанная с различными изменениями в государственном управлении, направленная на повышение эффективности и результативности деятельности органов государственной власти. При этом Административная реформа, проводимая в России – не российское изобретение: в конце XX – начале XXI вв. в значительной части государств осуществлялись и продолжают крупномасштабные реформы, направленные на преобразование систем государственного управления. К примеру, в России особо внимательно изучался и изучается опыт США, Японии, Южной Кореи, Великобритании, Германии, Австралии, Бразилии, Венгрии, Канады, Китая, Нидерландов, Новой Зеландии, Польши, Финляндии, Франции, Чили. Комплексными задачами большинства административных реформ в вышеперечисленных странах являлись:

- повышение эффективности системы государственных органов;
- превращение государства в ответственного работодателя, способного привлечь достаточное количество служащих необходимой квалификации и в то же время контролировать издержки на их содержание;

- повышение доверия к государству со стороны населения и частного бизнеса [4].

Внедрение новых методических подходов к оценке эффективности деятельности государственной власти является важным условием для повышения эффективности достижения поставленных целей и конечных результатов. Практическое применение современных методических подходов к оценке эффективности в органах государственной власти обеспечивает планирование на длительный период времени, предоставление тех общественных услуг, которые отвечают требованиям граждан; способствует направлению бюджетных средств на социально необходимые и экономически обоснованные расходы, повышает обоснованность принимаемых

управленческих решений и ответственность должностных лиц и государственных гражданских служащих.

В системе государства особенное место и роль занимает местное самоуправление это обусловлено сущностью его общественно-государственной природы. Исходя из этого положения, местному самоуправлению присущи две первостепенные коммуникационные функции:

- связь между частным собственником и государством;
- непосредственная связь между населением и государством.

Исходя из этого, посредническая функция принадлежит местному самоуправлению в системе основных институтов, обеспечивающих развитие и функционирование общества. Его сфера деятельности представляет собой рассмотрение и решение проблем касающихся функций местного самоуправления, также отстаивание интересов местного населения. Обеспечивая уровень согласованности интересов всех сторон, они выполняют связующую коммуникативную роль.

Основной целью деятельности муниципального управления является улучшение жизни населения и передача максимального эффекта от принимаемых управленческих решений при минимальных затратах на их реализацию. Деятельность органов местного самоуправления представляет собой муниципальное управление, которая направлена на материализацию общественных интересов, реализуемую в обусловленных законом формах, с помощью, использования ресурсов муниципального хозяйства [2].

Соглашаясь с классификациями критериев эффективности муниципального управления, можно представить следующим образом:

- экономические:
  - а) оценка финансовых источников и механизмов;
  - б) политика, связанная с целью повышения уровня экономического развития;
- социальные или общественные:
  - а) улучшение здоровья и защита людей;
  - б) улучшение и развитие населенных пунктов;
  - в) подъем уровня благосостояния населения.
- экологические:
  - а) рациональное использование земельных ресурсов;
  - б) сохранение качества водных ресурсов и оснащения ими;
- институциональные:
  - а) тщательность проверки планирования в муниципальном управлении для стабильности развития муниципальной территории;
  - б) критерии реализации национальных механизмов и взаимодействие вышестоящими уровнями для образования потенциала развития муниципальных территорий;
  - в) критерии оценки федерального и регионального институционального порядка;
  - г) критерии реализации федеральных и региональных правовых механизмов;
  - д) критерии наличия информация для обеспечения принятия решений на уровне муниципальной территории.

Если эффективность муниципального управления анализируется в динамике, то можно наблюдать ее текущее состояние, а именно улучшение или ухудшение ситуации. Если оценивать эффективность конкретной сферы муниципального управления, то оно помогает служащим понять, на что им нужно обратить внимание и как действовать в данной ситуации [1].

Сущность труда служащих значительно отличается от сущности труда рабочих: так как деятельность рабочих – преимущественно физический труд. Другое отличие

труда служащих состоит в том, что его результаты трудно поддаются прямому количественному измерению, так как результат труда зачастую становится виден не сразу, а только лишь по истечению конкретного периода времени, иногда достаточно продолжительного. В проведении объективной оценки деятельности органов власти кроме аттестации должны быть разработаны наиболее эффективные и современные методы анализа и оценки эффективности деятельности и заинтересованы все без исключения, как руководители, так и сотрудники.

С целью увеличения эффективности деятельности следует улучшать систему мотивации. Кроме привычных материальных поощрений, можно улучшить взаимоотношения подчиненных, а также руководителей при помощи нематериального стимулирования. Например: устная благодарность, звание «лучший работник», перспектива в развитии карьерной лестницы, приоритет при планировании графиков рабочего времени и времени отдыха сотрудников, предоставление дополнительных отпускных дней, служащим, выполняющим поставленные задачи в нужный срок, помещение фотографии в корпоративной газете или информационном. Не стоит забывать и про материальные стимулы – денежное вознаграждение служащих, за надлежащее выполнение обязательств, за достижение высоких результатов.

Немаловажным является усовершенствование кадровой политики государственных и муниципальных органов власти. Для этого необходимо: смена кадров, привлечение на службу молодых специалистов, тем самым мотивирую уже действующих служащих к более усердному выполнению своих функций; проведение обучения служащих по дополнительным профессиональным программам, проведение тренингов; назначение, выплата и перерасчет пенсии за выслугу лет лицам, ранее замещавшим должности государственной и муниципальной службы; формирование резервов управленческих кадров.

**Выводы.** При правильном использовании комбинации показателей и критериев оценки эффективности деятельности государственных и муниципальных органов власти можно дать полное и точное описание их деятельности, отражающее выполнения полномочий в различных сферах жизнедеятельности общества. Полученные данные должны быть использованы в целях повышения эффективности деятельности органов власти.

#### **Список литературы:**

1. Балабанова, Е. А. Методические подходы к управлению социально-экономическим потенциалом муниципального образования: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Е.А. Балабанова; Байкальский государственный университет экономики и права. – Иркутск, 2010. – 24 с.

2. Шамарова, Г. М. Эффективность принятия управленческих решений в системах муниципального управления / Г. М. Шамарова // Управление персоналом. – 2013. – №1. – С. 98–183.

3. Лунев, А. П. Оценка эффективности управления развитием муниципальных образований: проблемы и перспективы / А. П. Лунев, М. В. Коган. – Текст: электронный // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. – 2011. – №2(14). – С. 73-78. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-upravleniya-razvitiem-munitsipalnyh-obrazovaniy-problemy-i-perspektivy/viewer> (дата обращения 07.04.2024).

4. Горб, В. Г. Качество и эффективность деятельности органов государственной власти: теоретические и методологические аспекты / В. Г. Горб // Государственная служба. – 2022. № 3. – С. 13–22. (дата обращения 07.04.2024).

Тунаева Е. А., студент  
Научный руководитель: Иванова Н. М., канд. экон. наук, доцент  
Сибирский государственный университет путей сообщения, РФ  
*tunaevaelizaveta@gmail.com*

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ ГОСУДАРСТВА

**Актуальность.** Планирование и прогнозирование играют важную роль в управлении хозяйственной деятельностью государства. Система прогнозирования представляет собой многоуровневую структуру, осуществляющую прогнозы в разных сферах хозяйствования и на разных уровнях территориального деления. Прогнозы проводятся как на экономическом, социальном, политическом уровне, так и на уровне субъектов РФ, округов и федерального уровня. Они обычно делаются на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективы. Важным условием эффективности прогнозной системы является координация между прогнозами разных уровней и временных периодов. Прогнозирование и планирование тесно связаны между собой и используются в качестве инструментов регулирования экономики государства. Планово-прогнозная система, взаимодействуя с научным мониторингом, помогает формировать прогнозы для определения возможных сценариев развития государства в будущем.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Ознакомившись с трудами, на которые мы будем опираться в ходе исследования можно сделать вывод, что тема прогнозирования и планирования в экономике достаточно изучена, она является актуальной и востребованной для исследователей. Работа Ноздруновой В. Е. посвящена макроэкономическому планированию, рассмотрению подходов разрешения проблем сочетания плана и рыночных методов. Жуков Г.К. в своей статье рассматривал вопросы планирования в рамках региона, также была дана характеристика программ, реализуемых в регионе и представлены предложения по социально-экономическому развитию региона. Кочкаров Р. А. провел анализ мирового и отечественного опыта планирования и прогнозирования, был детально рассмотрен опыт индикативного планирования в иностранных государствах. Кураков А.Л. посвятил свою работу рассмотрению совершенствования планирования и прогнозирования развития экономики для ее модернизации.

**Цель исследования.** Целью исследования является установление значимости прогнозирования и планирования для экономики государства.

**Результаты исследования.** Прогнозирование играет ключевую роль в различных сферах жизни страны. Для успешного прогнозирования необходимо учитывать развитие отдельных секторов экономики, демографические и социальные тенденции, научно-техническое развитие, а также экологические и политические процессы. Прогнозы должны быть разработаны как на федеральном, так и на региональном уровнях. Планирование является стратегической деятельностью государственных органов по определению перспективного развития страны, регионов, отраслей и предприятий. Планирование, как целенаправленная деятельность государства, позволяет достичь стабильности и устойчивого роста экономики, обеспечить социальное благополучие населения и эффективное использование ресурсов [3].

Основной задачей системы планирования является разработка планов и определение стратегических целей для их достижения. Планирование социально-экономического развития позволяет оптимизировать развитие всех отраслей экономики, эффективно использовать ограниченные ресурсы и разумно распределять производственные мощности. Система планирования и прогнозирования тесно

взаимосвязаны и являются эффективным инструментом государственного регулирования социально-экономического развития страны и регионов. Потребность в планировании и прогнозировании обусловлена расширением возможностей и увеличением ресурсов, которые могут использовать государство. Появление необходимости в планировании и прогнозировании связано с увеличением организационного уровня физических и юридических лиц, а также накопленным опытом органов управления в сфере контроля над неоднозначными ситуациями [4]. На данный момент ключевым фактором экономического роста в России является повышение эффективности государственного управления через реформирование бюджетной системы и переход от «планирования ресурсов» к «планированию результатов». Это предполагает использование программно-целевых методов управления экономикой. В рамках подхода «управление результатами» составление бюджета основывается на целях и запланированных результатах государственной политики. Сейчас, как отмечают исследователи, существуют два направления прогнозирования, которые имеют значительное влияние на стратегию развития России. Во-первых, это прогнозирование развития внешнего мира, его экономики, науки, техники и взаимоотношений между странами. Это также включает прогнозирование военно-политических ситуаций на основе разработки различных сценариев будущего. Во-вторых, это демографический прогноз и прогноз развития всей экономики страны [2].

В последние десятилетия произошел сдвиг в сторону децентрализации экономики и развития регионов и территорий. Общенациональные планы подкрепляются целевыми программами развития регионов, территорий, городов и других населенных пунктов. В настоящее время в общегосударственном масштабе и на уровне регионов актуален вопрос о необходимости разработки системы планов и прогнозов развития и функционирования всех видов экономических систем при оптимальном для России соотношении государственного регулирования и саморегулирования субъектов рыночных отношений. Прогнозирование должно учитывать основные показатели общественного производства и факторы рыночной экономики. Прогнозные оценки состояния и динамики показателей эффективности производства как в целом по российской экономике, так и по отдельным экономическим субъектам и объектам, должны включать производительность труда, рентабельность, фондоотдачу, фондоемкость, структуру капитальных затрат и другие факторы. Разработка стратегии социально-экономического развития региона должна охватывать такие этапы, как формирование важнейших народнохозяйственных пропорций на долгосрочный период, прогноз развития экономики на среднесрочный период, краткосрочный план стабилизации экономики, оперативный мониторинг и база для прогноза объема жизненных благ [1].

**Выводы.** Анализ опыта планирования свидетельствует о том, что планирование подвержено изменению в соответствии с политической и экономической ситуацией в государстве. Необходимо осознавать, что планирование играет важную роль в управлении экономикой. Национальный план или стратегия отражает общую тенденцию развития государства, учитывая внутренние и внешние политические, социально-экономические условия. Ускорение социально-экономических процессов и увеличение международной конкуренции требуют тщательного и постоянного планирования и прогнозирования для эффективного развития государства. Общенациональный план становится аналогом корпоративного плана развития, реализуемого через конкретные программы и проекты.

#### Список литературы:

1. Жуков, Г.К. Планирование и прогнозирование в рамках региона / Г.К. Жуков. – Текст: электронный // Теория и практика современной науки. – 2015. – №6 (6). – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/planirovanie-i-prognozirovanie-v-ramkah-regiona-1> (дата обращения: 06.04.2024).

2. Кочкаров, Р. А. Планирование, прогнозирование и программно-целевое управление экономикой / Р.А. Кочкаров. – Текст: электронный // Финансы: теория и практика. – 2012. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/planirovanie-prognozirovanie-i-programmno-tselevoe-upravlenie-ekonomikoy> (дата обращения: 04.04.2024).

3. Кураков, А.Л. Совершенствование планирования и прогнозирования развития экономики как необходимое условие ее модернизации / А.Л. Кураков. – Текст: электронный // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – №28. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-planirovaniya-i-prognozirovaniya-razvitiya-ekonomiki-kak-neobhodimoe-uslovie-ee-modernizatsii> (дата обращения: 04.04.2024).

4. Ноздрунова, В. Е. Необходимость и возможность прогнозирования и планирования в экономике / В.Е. Ноздрунова. – Текст: электронный // Экономика и социум. – 2016. – №4-2 (23). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neobhodimost-i-vozmozhnost-prognozirovaniya-i-planirovaniya-v-ekonomike> (дата обращения: 06.04.2024).

Халафова Е. Э., студент

*Научный руководитель:* Кошелева Е. Г., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

*liza.khalafova@mail.ru*

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**Актуальность данного исследования** обусловлена рядом важных факторов и вызовов, на которые стоит обратить внимание:

1. Цифровизация общества. В эпоху цифровой трансформации использование информационных технологий в государственном и муниципальном управлении становится необходимостью для эффективного взаимодействия с гражданами, бизнесом и другими организациями.

2. Оптимизация процессов. ИТ-технологии способствуют повышению эффективности управления, снижению бюрократии, улучшению качества услуг, а также динамичному реагированию на потребности общества.

3. Безопасность данных. С увеличением объемов информации, важно обеспечивать ее защиту, чтобы предотвратить утечки и кибератаки. Использование современных ИТ-решений становится актуальным для обеспечения кибербезопасности.

4. Коммуникация и прозрачность. Использование информационных технологий способствует улучшению коммуникации между государством и гражданами, обеспечивает более прозрачные процессы принятия решений и управления ресурсами.

В свете вышеперечисленных факторов, исследования, посвященные использованию информационных технологий в государственном и муниципальном управлении с теоретической точки зрения, имеют критическое значение для современного общества, поскольку они могут способствовать более эффективным и транспарентным моделям управления, соответствующим требованиям цифровой эпохи.



**Анализ последних исследований и публикаций.** В своих исследованиях проблему использования информационных технологий в государственном и муниципальном управлении рассматривали: Гутов К. С., Иремадзе Э. О., Вагнер Е. Е., Асриянц К. Г. Данные исследования представляют различные подходы к вопросам использования информационных технологий в государственном и муниципальном управлении, содержат предложения и рекомендации по оптимизации процессов и повышению эффективности деятельности государственных органов.

**Целью исследования является** изучение теоретических аспектов использования информационных технологий в государственном и муниципальном управлении, выявление эффективных стратегий внедрения технологических решений, способствующих улучшению качества предоставляемых государственных услуг, оптимизации административных процессов, повышению эффективности принятия управленческих решений и увеличению уровня доверия граждан к государственным структурам.

**Результаты исследования.** Информационная технология – это совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, обработку, хранение, передачу и отображение информации. Цель функционирования информационной технологии, – снижение трудоемкости процессов использования информационного ресурса и повышение их надежности и оперативности, а также производство информации для ее анализа человеком и принятия на его основе решения по выполнению какого-либо действия [1].

Информационные технологии позволяют обеспечить информационные потребности государственного управления основных ветвей власти на функциональном, отраслевом и территориальном уровнях. Так, согласно Федерального проекта «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», реализуемой в рамках государственной программы «Информационное общество» ключевым показателем, характеризующий достижение национальной цели – увеличение доли массовых социально значимых услуг, доступных в электронном виде, до 95% к 2030 году [2].

Основной задачей информационных технологий является генерация творческой мысли инновации, где под инновацией подразумевается – нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта, а также использование этих новшеств в самых разных областях и сферах деятельности человека. Процесс государственного и муниципального управления нуждается в предоставлении своевременной, достоверной и полной информации, т.е. информационном обеспечении.

Информационное обеспечение управленческой деятельности – это осуществление действий по предоставлению своевременной, достоверной и полной информации субъекту управления (руководителю) с заданной периодичностью [3].

Цели электронного государственного управления:

высокое качество и низкие затраты операций правительства;

поддержка оказания общественных услуг;

вовлечение граждан в управление;

обновление правил информационной политики;

проведение административной и институциональной реформ.

Также важной ролью цифровых инноваций в государственном и муниципальном управлении является повышение доступности и качества государственных услуг. С использованием Интернета и мобильных технологий гражданам становится проще получать необходимую информацию и взаимодействовать с государственными и

муниципальными органами власти. Например, через электронные порталы и приложения граждане могут получать информацию о своих правах и обязанностях, знакомиться с новостями и обновлениями в законодательстве, а также подавать заявления и документы онлайн [4]. Это значительно упрощает и ускоряет процесс получения государственных услуг, а также снижает вероятность возникновения ошибок и недостоверной информации.

Цифровые инновации способствуют улучшению взаимодействия между государством и гражданами. С помощью социальных сетей, электронных платформ и других цифровых инструментов государственные и муниципальные органы могут эффективно коммуницировать с гражданами, получать обратную связь и учитывать их мнение при принятии решений.

Например, проведение онлайн-опросов и обсуждений позволяет гражданам высказывать свои предложения и идеи по улучшению государственных услуг и влиять на принимаемые решения [5].

Примеры успешного использования цифровых технологий в муниципальном управлении включают в себя:

1. Электронные порталы и сервисы для жителей. Муниципалитеты создают онлайн-платформы, где жители могут получать информацию, записываться на услуги, оплачивать коммунальные услуги и отправлять обращения, что упрощает взаимодействие с органами местного самоуправления.

2. Системы мониторинга общественной инфраструктуры. Использование цифровых технологий, таких как Интернет вещей (IoT), для мониторинга состояния дорог, зданий, общественных мест и другой инфраструктуры, что помогает быстро выявлять проблемы и устранять их.

3. Умные города (Smart Cities). Внедрение технологий для оптимизации управления транспортом, энергоснабжением, утилизацией отходов, обеспечения безопасности горожан и других аспектов жизни города.

4. Электронные голосования и общественное обсуждение проектов. Организация онлайн-голосований и публичных обсуждений для принятия важных решений с участием жителей муниципалитета.

Эти примеры успешного использования цифровых технологий в муниципальном управлении свидетельствуют о значительном потенциале таких инноваций для улучшения качества жизни жителей и повышения эффективности управления на местном уровне.

Переход к «умному» управлению позволит муниципальным образованиям не только повысить свою эффективность и качество предоставляемых услуг, но и внести значительный вклад в устойчивое развитие территорий. Однако для успешной цифровой трансформации требуется комплексный подход, включающий технологическое развитие, правовую и институциональную адаптацию, а также активное вовлечение всех участников процесса.

Таким образом, изучение теоретических аспектов использования информационных технологий в государственном и муниципальном управлении показало, что внедрение современных ИТ-решений имеет огромный потенциал для оптимизации административных процессов, повышения качества предоставляемых услуг и улучшения коммуникации между государственными структурами и населением. Результаты исследования подтвердили, что цифровизация и автоматизация процессов способствуют увеличению эффективности управления, сокращению временных затрат, снижению вероятности ошибок и повышению прозрачности деятельности государственных органов. Однако, для успешной реализации цифровых технологий необходимо учитывать не только технические аспекты, но и

организационные, культурные и правовые аспекты, а также обеспечивать надежность и безопасность информационных систем.

**Список литературы:**

1. Гутов, К. С. Применение информационных технологий в государственном и муниципальном управлении: возможности и вызовы / К. С. Гутов // Студенческий. – 2023. – № 31-4(243). – С. 25–27.
2. «Цифровое государственное управление» / Официальный сайт Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. – Текст: электронный. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/882/> (дата обращения 07.04.2024).
3. Иремадзе, Э. О. Информационные технологии в управлении / Э. О. Иремадзе, А. А. Зайнуллина, Р. Р. Галимова // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2022. – № 3(67). – С. 32-36.
4. Вагнер, Е. Е. Цифровизация государственного и муниципального управления в Российской Федерации / Е. Е. Вагнер // Бюллетень науки и практики. – 2022. – Т. 8, № 12. – С. 448–452.
5. Асриянц, К. Г. Информационные технологии в государственном управлении / К. Г. Асриянц, Д. В. Асриянц // Индустриальная экономика. – 2022. – Т. 3, № 3. – С. 217–220.

Хрипков С. О., студент

Научный руководитель: Орлова Л. В.

Донецкий государственный университет, РФ

[hripkov.endn@gmail.com](mailto:hripkov.endn@gmail.com)

## ЛОВУШКА ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

**Актуальность** данной проблематики остается высокой за счет наличия сектора теневой экономики в любой стране, невзирая на степень ее развития. Последние статистические исследования Международной организации труда свидетельствуют о том, что неформально занятые по всему миру составляют 61,2% от всего объема занятого населения, а неформальный сектор выступает одним из важнейших компонентов теневой экономики.

Аспекты теневой экономики в разных проявлениях рассматривали в своих работах такие ученые, как Д.Р. Ахмадеев [1], И.О. Клямкин [2], О.В. Уткина [5], В.А. Черняк [6], Эрнандо де Сото [7] и другие.

**Целью** исследования является создание теоретической модели ловушки теневой экономики и ее анализ.

Теневая экономика, несмотря на наличие ряда крупных работ, остается мало исследованной сферой экономики. Многие актуальные вопросы так и не получали объективного ответа, при этом активность исследований на эту тему в настоящее время остается высокой. Так, в недавнем исследовании [2] оценили динамику теневой экономики в Норвегии, Швеции, Великобритании и США на временном интервале с 1900 по 2020 г.г. Несмотря на деятельность ученых, направленных на выявление типичных черт теневой экономики и попытки систематизировать полученную информацию, некоторые исследователи вообще сомневаются в наличии этого

явления [3]. Таким образом, можно сделать вывод, что говорить о целостном понимании теневой экономики пока не представляется возможным.

Наиболее комплексной и ценной для экономической науки работой считаются труды Эрнандо де Сото [7] – ученый представил свою точку зрения, в которой теневая экономика выступает не только инструментом реакции населения и предпринимателей на административное и фискальное давление со стороны государства, но также является тормозящим фактором для экономического роста. Можно говорить о разделении экономики на два сектора: легальный и нелегальный (теневой) [5]. По итогу, падает производительность, снижается уровень инвестиций, ухудшается эффективность налоговой системы, снижаются темпы технического прогресса, начинаются трудности при макроэкономической политике. Теоретически такая ситуация представляется следующим образом:

– если предприятие долгое время функционирует в теневом секторе, то постепенно формируется технологическая отсталость по причине недостатка поступающих инвестиций в основной капитал. Такие предприятия не заинтересованы в инвестициях, когда нет эффективной защиты их прав собственности, что негативно сказывается на технологическом уровне производства и конкурентоспособности предприятий;

– формирующаяся технологическая отсталость приводит к тому, что производство начинает использовать более трудоемкие способы, ведь в такой ситуации легче обращаться к рабочей силе, нежели заниматься обновлением собственных фондов. Технологическая отсталость имеет тенденцию к усилению, если нет прямого доступа к внешним источникам финансирования;

– обращение к трудозатратным технологиям ведет к аккумуляции большого количества рабочей силы, при этом постоянно повышается спрос на нее;

– использование большого количества трудоемких производственных технологий ведет к тому, что производительность труда падает, что неизбежно ведет к повышению цены на производимую продукцию;

– падение трудовой производительности и рост цен на выпускаемую продукцию приводит к замедлению или даже прекращению доходов населения, поэтому падает внутренний спрос в стране, особенно, если доля теневого сектора высока;

– сжатие спроса вынуждает предприятия переводить еще большую часть своей деятельности в тень.

Учитывая вышесказанное, уместно говорить о двойственной ситуации: предприятиям необходимо переводить деятельность в тень, чтобы остаться конкурентоспособным игроком на рынке. Однако при этом наблюдается тенденция к снижению реальной заработной платы и доходов населения, что в итоге приводит к снижению общего спроса внутри страны. Таким образом, уместно говорить о срабатывании ловушки теневой экономики: отсутствие внешнего источника финансирования у предприятий ведет к невозможности осуществления мероприятий по модернизации, так как в стране фиксируется недостаточная покупательная способность по причине низких уровней зарплат, а внешние источники финансирования становятся недоступными по причине реализации теневой деятельности [4].

В экономике при описанной ситуации наступает состояние замкнутого круга: рост доли теневого сектора приводит к снижению инвестиционной активности, далее наступает технологическая отсталость и ухудшение производительности труда. Более глобальным итогом становится неконкурентоспособность экономики и снижение качества жизни населения за счет падения доходов. Падение внутреннего спроса приводит к трудностям в ведении деятельности, и часть предприятий вынуждена уходить в тень.

Созданная теоретическая конструкция объясняет, почему в нашей стране происходит одномоментное снижение уровня безработицы до исторического минимума до 4,1% в 2023 (рис. 1).

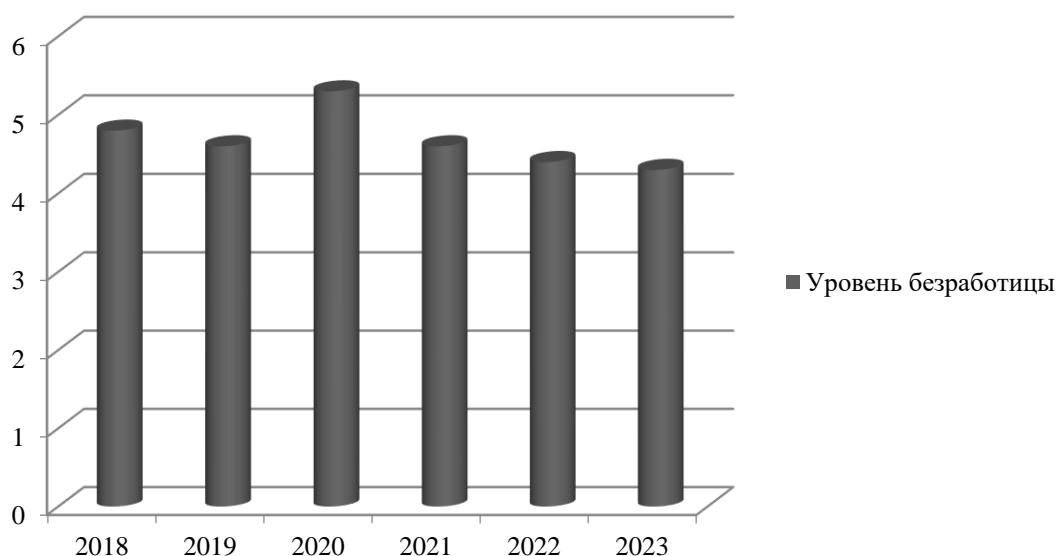


Рис. 1. Уровень безработица в РФ в 2018-2023 гг., % (составлено на основе [1])

Также рассматриваемая модель объясняет отрицательную взаимосвязь теневого сектора экономики и уровня инвестиций в стране (табл. 1). На основе данных исследования теневой экономики и данных Международного валютного фонда отражена указанная взаимосвязь. Выборка включает 139 стран, разбитых на категории по возрастанию доли инвестиций [6]. В итоге, подтверждается предположение об отрицательной связи теневой экономики и уровня инвестиций.

Таблица 1

Взаимосвязь теневой экономики и уровня инвестиций в странах в 2023 году (составлено на [1])

Группа стран по уровню инвестиций	Средняя доля теневой экономики в % от ВВП	Средняя доля инвестиций в % от ВВП
1-10	39,08	8,26
10-20	28,45	18,91
20-30	24,14	25,3
30-40	31,65	35,2
40+	29,31	53,4

**Выводы.** Резюмируя все вышесказанное, следует отметить, что исследования теневой экономики сегодня обросли необходимыми эмпирическими данными, которые проливают свет на этот феномен. Но при этом имеется острая необходимость в выработке теоретических положений, которые в полной мере описывали бы данное явление с учетом его особенностей. Поэтому дальнейшее развитие понимания теневой экономики требует разработки теоретических концепций с учетом достигнутых эмпирических результатов.

#### Список литературы:

1. Ахмадеев, Д.Р. Анализ факторов, влияющих на развитие неформальной занятости в субъекте федерации / Д.Р. Ахмадеев. – М., 2022. – С. 17-25.

2. Клямкин, И.О. Теневая Россия. Экономико-социологическое исследование: моногр. / И.О. Клямкин. – М.: РГГУ, 2020. – 608 с.
3. Сулакшин, С.С. Доктрина государственной политики противодействия коррупции и теневой экономике в Российской Федерации / С. С. Сулакшин. – М.: Научный эксперт, 2019. – 219 с.
4. Титов, В.Н. Неформальная экономика как подсистема рыночного хозяйства / В.Н. Титова – М.: Студио, 2020 – 456 с.
5. Уткина, О.В. Научные подходы к оценке масштабов теневой экономики в финансово-кредитной сфере и меры по их снижению / О.В. Уткина. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 272 с.
6. Черняк, В.А. Популярная история экономики и бизнеса / В.А. Черняк. – М.: Вече, 2019. – 512 с.
7. Эрнандо де Сото. Иной путь. Экономический ответ терроризму / Эрнандо де Сото. – М., Интермедиа, 2019. – 501 с.

## Секция «Международный бизнес и GR-менеджмент»

Бондарь Е. В., студентка  
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
ekaterinabondar900@gmail.com

### АНАЛИЗ ПЯТИ СИЛ ПОРТЕРА VODAFONE GROUP PLC

**Актуальность** темы исследования заключается в наличии ряда спорных моментов при анализе деятельности Vodafone Group PLC.

В качестве **целей** рассматриваются следующие: анализ пяти сил Портера, выявление степени привлекательности компании Vodafone Group PLC для поставщиков и потребителей.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемы анализа стратегического управления изучены в работах специалистов: М. Портера, Ф. Котлера, А.Саака, Ю. Пшеничных и других исследователей [3].

**Результаты исследования.** Vodafone Group – ведущая в мире компания мобильной связи со штаб-квартирой в Ньюбери, Беркшир, Англия. Vodafone имеет глобальную сеть в Европе, на Ближнем Востоке, в Африке, Азии, Тихоокеанском регионе и Соединенных Штатах. Цель компании – стать лидером в области коммуникаций. За прошедшие годы Vodafone Group Plc пересмотрела способы ведения бизнеса в сфере технологий. Vodafone Group Plc зарегистрирована на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE), рыночная капитализация - 80,98 млрд. долларов США.

Анализ пяти сил Портера – это инструмент стратегического управления для анализа отрасли и понимания основных рычагов прибыльности в данной отрасли. Менеджеры Vodafone Group Plc могут использовать Porter Five Forces, чтобы понять, как пять конкурентных факторов влияют на прибыльность, и разработать стратегию повышения конкурентных преимуществ Vodafone Group Plc и долгосрочной прибыльности в отрасли беспроводной связи:

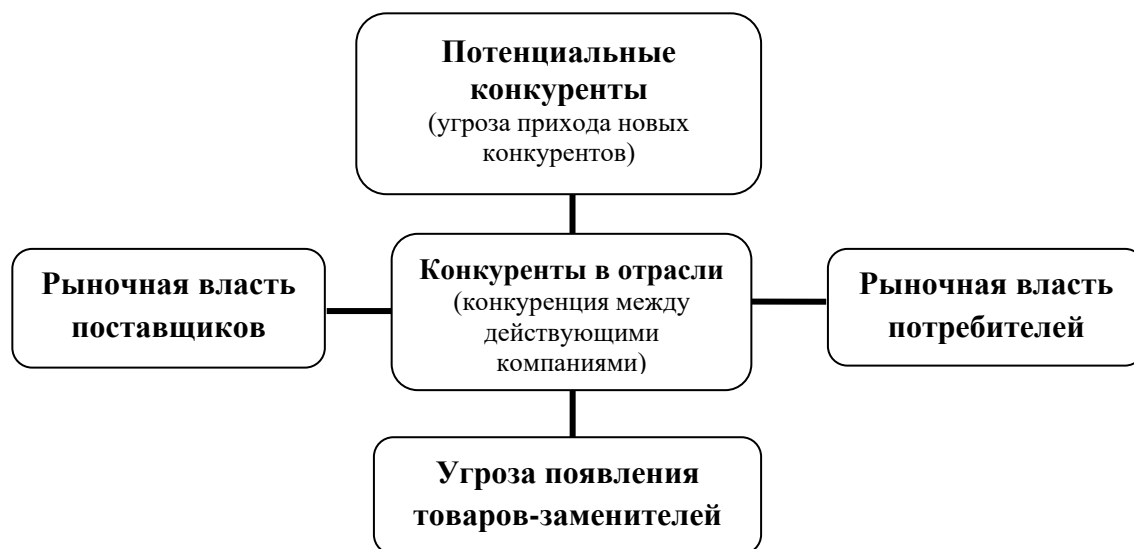


Рис. 1. Модель пяти сил им. Портера [2]

Анализируя данные, представленные на рисунке 1, можно определить факторы, оказывающие влияние на функционирование Vodafone Group Plc в телекоммуникационной отрасли и внести данные в таблицу 1.

Таблица 1

Анализ пяти сил Портера Vodafone Group Plc

Наименование	Содержание
Угрозы, исходящие от новых участников	Новые участники рынка беспроводной связи привносят инновации, новые способы ведения дел и оказывают давление на Vodafone Group Plc посредством стратегии снижения цен, сокращения издержек и предоставления клиентам новых ценностных предложений. Vodafone Group Plc должна справиться со всеми этими вызовами и создать эффективные барьеры для сохранения своего конкурентного преимущества.
Переговорная сила поставщиков	Все почти все компании в отрасли беспроводной связи закупают сырье у многочисленных поставщиков. Поставщики, занимающие доминирующее положение, могут снизить прибыль, которую Vodafone Group Plc может получать на рынке. Влиятельные поставщики в технологическом секторе используют свои переговорные возможности для получения более высоких цен от фирм в области беспроводной связи. Общее влияние повышения переговорных возможностей поставщиков заключается в том, что это снижает общую прибыльность беспроводной связи.
Переговорная способность покупателей	Покупатели часто бывают требовательными. Они хотят покупать лучшие из доступных предложений, заплатив как можно меньшую цену. Это оказывает давление на прибыльность Vodafone Group Plc в долгосрочной перспективе. Чем меньше и мощнее клиентская база Vodafone Group Plc, тем выше переговорная сила клиентов и выше их способность добиваться увеличения скидок и предложений.
Угрозы, связанные с продуктами или услугами-заменителями	Когда новый продукт или услуга по-разному удовлетворяют схожие потребности клиентов, страдает прибыльность отрасли. Например, такие сервисы, как Dropbox и Google Drive, заменяют аппаратные накопители для хранения данных. Угроза появления продукта-замены или услуги высока, если они предлагают ценностное предложение, которое однозначно отличается от существующих предложений отрасли.
Соперничество между существующими конкурентами	Если соперничество между существующими игроками в отрасли будет интенсивным, это приведет к снижению цен и общей прибыльности отрасли. Vodafone Group Plc работает в достаточно конкурентной отрасли беспроводной связи. Эта конкуренция действительно сказывается на общей долгосрочной прибыльности организации.

Анализируя информацию, представленную в таблице 1, можно определить меры, способствующие противодействию вышеперечисленным угрозам [1].

Как Vodafone Group Plc может противостоять угрозам, исходящим от новых участников:

наращивая потенциал и расходы на исследования и разработки. Новые участники с меньшей вероятностью придут в динамично развивающуюся отрасль, где устоявшиеся игроки, такие как Vodafone Group Plc, регулярно определяют стандарты. Это значительно сокращает окно получения экстраординарных прибылей для новых фирм, тем самым отпугивая новых игроков в отрасли;

внедряя новые продукты и услуги. Новые продукты не только привлекают новых клиентов, но и дают старым клиентам повод покупать продукцию Vodafone Group Plc; за счет эффекта масштаба компания может снизить фиксированные затраты на единицу продукции.

Как Vodafone Group Plc может бороться с переговорной силой поставщиков:

путем построения эффективной цепочки поставок с участием нескольких поставщиков;



экспериментируя с дизайном продукции с использованием различных материалов, чтобы в случае повышения цен на одно сырье компания могла перейти на другое;

развивая сферу специализированных поставщиков, бизнес которых зависит от фирмы. Один из уроков, который Vodafone Group Plc может извлечь из опыта Wal-Mart и Nike, заключается в том, как эти компании создали сторонних производителей, бизнес которых зависит исключительно от них, что привело к созданию сценария, при котором эти сторонние производители имеют значительно меньшую переговорную силу по сравнению с Wal-Mart и Nike [3].

Как Vodafone Group Plc может повлиять на переговорную силу покупателей:

быстро внедряя новые продукты. Клиенты часто ищут скидки и предложения на уже зарекомендовавшие себя продукты, поэтому, если Vodafone Group Plc продолжит предлагать новые продукты, это может ограничить переговорные возможности покупателей;

новые продукты также уменьшат переход существующих клиентов Vodafone Group Plc к конкурентам.

Как Vodafone Group Plc может справиться с проблемой продуктов/услуг – заменителей:

ориентируясь на обслуживание, а не только на продукт;

понимая основную потребность клиента, а не то, что клиент покупает;

за счет увеличения стоимости переключения для клиентов.

Как Vodafone Group Plc может справиться с острой конкуренцией между существующими конкурентами в отрасли беспроводной связи:

путем создания устойчивой дифференциации;

наращивая масштаб, чтобы лучше конкурировать;

сотрудничая с конкурентами для увеличения размера рынка, а не просто борьба за небольшой рынок.

**Выводы.** Таким образом, проведя анализ всех пяти конкурентных факторов, стратеги Vodafone Group Plc могут получить полную картину того, что влияет на прибыльность организации в отрасли беспроводной связи. Они могут выявлять тенденции, меняющие правила игры на ранней стадии, и быстро реагировать, чтобы воспользоваться появляющейся возможностью. Понимая пять сил Портера в мельчайших деталях, менеджеры Vodafone Group Plc могут использовать эти силы в свою пользу.

#### Список литературы:

1. VODAFONE GROUP PLC Statistics – GETTEX:VODJ – TradingView. – Текст: электронный. – URL: <https://www.tradingview.com/symbols/GETTEX-VODJ/financials-statistics-and-ratios/> (дата обращения 31.03.2024).

2. Vodafone Porter Five Forces Analysis | MBA Skool. – Текст: электронный. URL: [https://www.mbaskool.com/five-forces-analysis/companies/18394-vodafone.html#google\\_vignette](https://www.mbaskool.com/five-forces-analysis/companies/18394-vodafone.html#google_vignette) (дата обращения 30.03.2024).

3. Vodafone Group Plc Porter Five (5) Forces & Industry Analysis [Strategy]. – Текст: электронный. – URL: <http://fernfortuniversity.com/term-papers/porter5/analysis/4028-vodafone-group-plc.php> (дата обращения 31.03.2024).

Газиев А.  
 Азербайджанская дипломатическая академия, Азербайджан  
*Научный руководитель:* Воробьева Ю. С.  
 Донецкий государственный университет, РФ  
*u.vorobyova@donnu.ru*

## АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ GOOGLE

**Актуальность.** Исследования конкурентной среды дают информацию для стратегического планирования и принятия решений, что помогает ставить реалистичные цели, определять уникальные ценностные предложения и разрабатывать стратегии, позволяющие дифференцировать предложения на рынке. Аналитическая работа в этой сфере помогает сосредоточиться на уникальных инновациях, которые обеспечивают конкурентные преимущества. Особенно важное значение конкурентные исследования имеют для IT-компаний, чтобы оставаться впереди в быстро развивающейся IT -индустрии.

**Цель исследования** – определить и провести анализ основных конкурентных преимуществ компании Google.

**Результаты исследования.** Google – это американская технологическая компания, которая специализируется на поисковых технологиях, искусственном интеллекте, онлайн-рекламе, программном обеспечении, бытовой электронике.

Сравнительный анализ основных конкурентов компании по ключевым критериям, характеризующим из деятельность приведен в таблице 1.

Таблица 1  
 Сравнительная характеристика основных показателей поисковых систем Google и ближайших конкурентов *(составлено автором)*

Критерий	Google	Bing	Яндекс
Рыночная доля <sup>1</sup>	90,91%	3,64 %	1,61% Однако это крупнейшая поисковая система в России (69.79% и продолжает расти против 28,05% у Google) и некоторых соседних странах. Он обладает существенной долей рынка в регионах, где он предоставляет свои услуги. Активно работает над развитием сервисов доставки, e-commerce, музыкальных сервисов
Рекламная модель	Основной источник дохода – реклама, особенно контекстная реклама на страницах поиска.	Ориентируются на рекламную модель, но имеет незначительные объемы данной услуги	Зависит от рекламы, включая контекстную рекламу, и предоставляет множество рекламных сервисов
Технологическое превосходство	Имеет передовые алгоритмы и технологии поиска, включая машинное обучение и искусственный интеллект Активно продвигает ИИ Bard, для промышленного применения PaLM	Инвестирует в улучшение своих алгоритмов поиска и внедрение технологий искусственного интеллекта для более точных результатов. Внедряет в свои поисковики Ghat GPT	Активно инвестирует в технологии поиска и различные проекты в области искусственного интеллекта, включая разработку собственных алгоритмов и нейросетей: Алиса, YandexGPT, Шедеврум

Окончание табл. 1

Критерий	Google	Bing	Яндекс
Инновации	Активно инвестирует в различные направления, такие как расширенный поиск, искусственный интеллект, картографирование и многое другое.	Продолжают внедрять инновации в поисковом пространстве, включая интеграцию с другими продуктами Microsoft и использование технологии искусственного интеллекта	Активно внедряет инновационные продукты, такие как музыкальные и стриминговые сервисы, технологии виртуальной реальности и другие проекты
Пользовательский опыт	Известен своей простотой, точностью и быстротой поиска	Старается предоставить удобный и интуитивно понятный пользовательский опыт с различными функциональными возможностями, такими как визуальный поиск.	Стремится предоставить услуги, учитывая культурные и языковые особенности регионов, в которых он активен
Монетизация данных	Использует данные пользователей для таргетированной рекламы и других сервисов.	Практикуют монетизацию данных, но их объёмы данных обычно меньше объёмов основного конкурента.	Использует данные пользователей для таргетированной рекламы и улучшения своих сервисов
Международное присутствие	Имеет широкое международное присутствие и поддерживает множество языков.	Работают над расширением своего международного влияния, но обычно ориентированы на определённые регионы, доля рынка за пределами США может быть менее существенной	Несмотря на свою сильную позицию в регионе СНГ, пока не имеет широкого международного влияния

<sup>1</sup> – по данным Statcounter GlobalStats на апрель 2024 года. URL: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

Данные таблицы 1 демонстрируют, что Google по-прежнему остаётся доминирующим игроком в сфере поисковых систем, обеспечивая высокую эффективность, инновации и широкий спектр услуг. Bing и Yahoo Search, Яндекс продолжают сталкиваться с вызовами в попытке увеличить свою долю рынка и дистанцироваться от конкурента.

Тем не менее, следует отметить, что компания на протяжении длительного периода активно использует неконкурентные методы борьбы, используя и усугубляя свое практически монопольное положение. Компания ежегодно сталкивается с судебными разбирательствами и штрафами за нарушение антимонопольного законодательства. Штрафные санкции, наложенные в ЕС не имеют аналогов по размерам во всем мире: 2017 год – €2,42 млрд., 2018 год – €4.34 млрд., 2019 год – € 1.49 млрд. Некоторые дела до сих пор находятся в производстве в нескольких странах мира.

Анализируя конкурентную среду современной IT-компания, нельзя не рассмотреть вопрос разработок в сфере искусственного интеллекта. Популярность нейросетей с 2022 г. резко растёт.

С запуском в ноябре 2022 года и последующим успехом ChatGPT OpenAI, по состоянию на 2023 год, лидирует по доле на рынке поставщиков базовых моделей и

платформ с 39%. Следом за OpenAI с долей рынка 30% идет Microsoft, ее крупнейший акционер. Google по своим разработкам Gemini и Bard занимал 4 место. Очевидно, что в сфере разработок нейросетей и искусственного интеллекта конкурентная борьба между эти и другими техно гигантами будет только усугубляться.

На основе проведенного в предыдущем подразделе анализа, определим основные конкурентные преимущества компании Alphabet.

Внутренние факторы → Внешние факторы ↓	<b>Сила (strength)</b> Технологическое превосходство Опыт в масштабировании Широкий портфель продуктов и услуг Обширная база данных	<b>Слабость (weaknesses)</b> Конфиденциальность данных Зависимость от технологических решений Конкуренция
<b>Возможности (opportunities)</b> Развитие новых продуктов Сотрудничество с другими отраслями, обучение нейросетей для решения сложных задач	<i>Благоприятные сценарии (SO)</i> Использование технологического превосходства для проникновения на новые рынки и новых отрасли  Возможности обучения и тренировки других нейросетей (в т.ч. конкурентных) на своих информационных базах данных	<i>Неблагоприятные сценарии (WO)</i> Инвестирование нерациональных новаций  Увеличение времени разработки и диффузии инноваций при внедрении новаций в новых отраслях
<b>Угрозы (threats)</b> Регуляторные риски из-за монопольного положения Зависимость от рекламы	<i>Благоприятные сценарии (ST)</i> Диверсификация источников доходов  Соблюдение антимонопольного законодательства, соблюдения правил игры за счет технологических преимуществ, опыта, инвестиций в интеллектуальный капитал	<i>Неблагоприятные сценарии (WT)</i> Многочисленное снижение финансового результата за счет лидерства GPT в поиске информации

Рис. 1. SWOT-анализ деятельности Google в сфере нейросетей  
(составлено автором)

**Выводы.** Стратегия диверсификации бизнеса Google, охватывающая поисковые технологии, онлайн-рекламу, облачные сервисы и другие направления, является ключевым фактором успеха. Это обеспечивает компании устойчивость к рискам и возможность расширения бизнеса.

Однако, выявленные основные слабые стороны компании, как регуляторные риски из-за монопольного положения, зависимость от рекламы, и, особенно, начало отставания в популярности генеративных нейросетей от OpenAI, в ближайшее время могут сделать компанию уязвимой к изменениям в рыночных трендах. На основе проведенного анализа можно заключить, что Google обладает сильной конкурентной позицией благодаря инновационным продуктам, широкому портфелю услуг и мощным технологическим ресурсам. Однако, для долгосрочной устойчивости, рекомендуется компании продолжать инвестировать в исследования и разработки, поддерживать свою глобальную экспансию и эффективно адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и технологическим тенденциям.

**Список литературы:**

1. Крупнейшие штрафы по антимонопольным искам в истории. Досье. – Текст: электронный. – URL: <https://tass.ru/info/5384372> (дата обращения: 10.03.2024).

2. These are the top 10 most popular AI tools of 2023, and how to use them to make more money – Текст: электронный. – URL: <https://www.cnbc.com/2023/12/24/the-top-10-ai-tools-of-2023-and-how-to-use-them-to-make-more-money.html> (дата обращения: 17.03.2024).

3. The leading generative AI companies – Текст: электронный. – URL: <https://iot-analytics.com/leading-generative-ai-companies/> (дата обращения: 16.03.2024).

4. Google's Online Advertising Practices Violate Antitrust Laws, E.U. Says – Текст: электронный. – URL: <https://www.nytimes.com/2023/06/14/technology/google-antitrust-european-union.html> (дата обращения: 10.03.2024).

5. Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Google over abusive practices in online advertising technology – Текст: электронный. – URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_23\\_3207](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_3207) (дата обращения: 10.03.2024).

Дедешко Д. В., студентка

Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[dedeshkodasha@gmail.com](mailto:dedeshkodasha@gmail.com)

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

**Актуальность** исследования обусловлена особенностью экономических преступлений, которые не только влияют на экономическую стабильность, социальную справедливость и доверие граждан к государству и обществу, но также создают угрозу экономической безопасности предприятий международного бизнеса.

**Цель исследования** заключается в диагностике степени влияния экономических преступлений на менеджмент предприятий международного бизнеса и разработке программы мер совершенствования их экономической безопасности.

**Результаты исследования.** Экономическое преступление относится к конкретным противоправным действиям в экономической сфере, в то время как экономическая преступность представляет собой более общую категорию, охватывающую систему экономических преступлений и их организованные формы.

Следует обратить внимание на то, что для проведения исследования экономической преступности в динамике, важно учитывать основные индикаторы исследования динамики экономической преступности, ими являются:

1. Уровень экономической преступности (общее количество совершенных преступлений экономической направленности за период).

2. Укрупнённые показатели уровня экономической преступности по её видам (общее количество совершенных коррупционных, налоговых преступлений и т.д.).

3. Количество раскрытых и нераскрытых экономических преступлений за период [3, С. 140].

Структура данных показателей отображает общую тенденцию экономической преступности за определенный период, которым может быть месяц, квартал, год и т.д. Причём в общей структуре анализа могут выделяться укрупнённые показатели, поскольку экономические преступления неоднородны. Сложность заключается также в том, что УК РФ конкретно не выделяет эти укрупненные группы. Анализируя составы Главы 22 Уголовного кодекса Российской Федерации, можно отметить, что основными видами экономической преступности являются:

1. Преступления коррупционной направленности, то есть преступления, связанные

с злоупотреблением должностным положением или властью в целях получения незаконной выгоды.

2. Преступления в сфере налогообложения, виды преступлений в этой сфере могут включать уклонение от уплаты налогов, подделку документов, незаконное получение налоговых льгот и другие действия, направленные на уклонение от налогообложения или незаконное получение налоговых выгод.

3. Преступления в сфере операций с ценными бумагами, примеры таких преступлений включают манипуляции с ценными бумагами, незаконную торговлю внутренней информацией, фальсификацию отчетности и другие действия, нарушающие законы и нормы, регулирующие операции с ценными бумагами.

4. Преступления в сфере предпринимательской деятельности, виды таких преступлений могут включать незаконную конкуренцию, мошенничество, фальсификацию документов, незаконное получение государственных субсидий и другие действия, нарушающие правила и нормы, регулирующие предпринимательскую деятельность.

5. Легализация доходов, полученных преступным путем (отмывание денег), то есть преступления, связанные с преобразованием незаконно полученных доходов в легальные с целью скрыть их происхождение, что может включать использование фиктивных бизнесов, финансовых схем, незаконных операций с ценными бумагами и другие методы для придания легального облика незаконным доходам [4].

В организации экспертного исследования экономической преступности важно соблюдение фундаментальных принципов, на которых базируется данный процесс, это принципы объективности, комплексности, научности, системности, профессионализма. Они взаимно дополняют друг друга и обеспечивают эффективность экспертного исследования. Каждый из этих принципов играет важную роль в обеспечении качества и объективности исследования, а также в разработке рекомендаций и мер по предотвращению и борьбе с экономической преступностью. Например, принцип объективности гарантирует, что исследование будет независимым и основано на фактах, а не на субъективных мнениях. Принцип комплексности обеспечивает всесторонний анализ экономической преступности, включая ее причины, механизмы совершения и последствия и т.д.

Экспертное исследование экономической преступности основывается на ряде ключевых этапов:

1. Постановка цели исследования. На этом этапе экспертом формулируются вопросы, ответ на которые требуется найти.

2. Сбор и анализ информации о предмете исследования из источников данных, такие как статистика, документы, интервью и другие методы, чтобы получить полное представление о ситуации.

3. Выбор инструментария методов, которые будут использоваться для достижения поставленных целей.

4. Фактическое исследование, применяя выбранные методы и собирая данные.

5. Анализ и интерпретация результатов. Важно уметь выявлять тенденции, закономерности и причинно-следственные связи, чтобы получить полное понимание экономической преступности [5, С. 65].

Методика экспертного исследования экономической преступности представляет собой системный подход к анализу экономических преступлений, основанный на экспертном мнении и опыте специалистов в области экономики и права. Она представляет собой набор методов и приемов, которые позволяют провести качественное и всестороннее исследование экономической преступности. В структуре основных методов применимы:

1. Анализ динамики – основывается на анализе временных рядов и позволяет выявить тенденции, цикличность, сезонность и другие особенности изменения величин.

2. Метод расчёта абсолютных и относительных отклонений.

3. Корреляционный анализ – позволяет определить связь между различными переменными и уровнем экономической преступности. Например, связь между уровнем безработицы и уровнем экономической преступности, чтобы определить, есть ли между ними статистически значимая связь.

4. Методы множественной регрессии и факторного анализа. Множественная регрессия позволяет определить, какие факторы могут влиять на уровень экономической преступности, и предсказать этот уровень на основе этих факторов. Факторный анализ позволяет выявить скрытые факторы, которые могут быть связаны с экономической преступностью [5, С. 66].

Описанные выше методы играют важную роль в выявлении и анализе этого явления. Они позволяют получить объективные данные и сделать выводы на основе этих данных, что помогает разрабатывать эффективные стратегии борьбы с экономической преступностью.

На современном этапе в мире существует ряд особенных тенденций, влияющих на структуру и динамику экономической преступности.

Кроме этого, экономические преступники часто используют сложные схемы для отмывания незаконно полученных денежных средств. Они могут использовать фиктивные компании, банковские счета и недвижимость, чтобы скрыть происхождение денег и сделать их легальными. Также повсеместно выраженной проблемой является коррупция, она оказывает негативное влияние на экономику. Коррупция может проявляться в виде взяточничества, злоупотребления должностными полномочиями и незаконного обогащения. Она подрывает доверие к правительству и ослабляет экономическую стабильность.

Обращая внимание на международный рейтинг информационно-аналитического ресурса «Numbeo» относительно уровня преступности в мире за 2022 г., следует отметить, что Российская Федерация из 144 стран, занимает 95 место. Лидерами являются Венесуэла, Папуа-Новая Гвинея, Афганстан, Гаити, Южная Африка. Наилучшие показатели борьбы с преступностью имеют Оман, Остров Мэн, Тайвань, ОАЭ и Катар. Позиция России в данном рейтинге не отображает степени выраженности экономической преступности в государстве. Для более точного определения такой позиции следует проводить соответствующее исследование [6].

**Выводы.** В завершение следует отметить, что несмотря на относительно удовлетворительные позиции России в международном рейтинге стран по уровню преступности, важно проводить более укрупнённые исследования, направленные на определение динамики и характера экономической преступности, отслеживать угрозы для международного бизнеса и менеджмента российских предприятий в современных условиях.

#### Список литературы:

1. Рыкунова, В. Л. Исследование показателей экономической преступности как угрозы экономической безопасности государства / В. Л. Рыкунова, Л. В. Севрюкова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2017. – Т. 7, № 1(22). – С. 140-147.

2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.10.2023. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/) (дата обращения 06.04.2024)

3. Алексеев, А.И. Криминология. Курс лекций / А.И. Алексеев. – М.: Щит-М,

2018. – 340 с.

4. Коробов, А.А. О некоторых современных детерминантах экономической преступности в России и мире / А. А. Коробов // Сборник научных статей. Межведомственная конференция, Орел, 23 сентября 2021 года. – Орел: 2022. – С. 59-61.

5. Уразимбетова, Ю.Х. Преступность и особенности ее географического изучения / Ю. Х. Уразимбетова, И. Р. Турдимамбетов // Путь науки. – 2021. – № 9(91). – С. 33-35.

6. Международный рейтинг уровня преступности за 2022 г. информационно-аналитический ресурс «Numbeo» – Текст: электронный. – URL: [https://www.numbeo.com/crime/rankings\\_by\\_country.jsp](https://www.numbeo.com/crime/rankings_by_country.jsp) (дата обращения 06.04.2024).

Залётин Р. Н., студент

Научный руководитель: Забавина Е. Ю. канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[zaletinroma@gmail.com](mailto:zaletinroma@gmail.com)

## ВЛИЯНИЕ ВАЛЮТНОГО КУРСА НА СОСТОЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Актуальность исследования.** В современном мире курс валют подвержен значительным колебаниям, что влечет за собой разнообразные экономические последствия. Снижение стоимости национальной валюты по сравнению с иностранной может вызвать различные негативные последствия для экономики государства, требующие незамедлительных сложных решений.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованию проблем функционирования валютного рынка и динамики валютного курса посвящено большое количество трудов российских и зарубежных авторов: О.В. Буториной, А.Н. Буренина, В.К. Бурлачкова, Ю.Г. Вешкина, В.А. Галанова, В.Ю. Мишиной, В.В. Наумова, В.А. Слепова, Т.В. Стручковой, С.А. Чернецова, Н.Г. Щеголевой, М. Арчера, О. Арина, Б. Балассы, Дж. Гэлбрейта, Г. Касселя, Г. Киссенджера, Р. Манделла, Р. Нейфа и других.

Проведенный анализ публикаций указанных авторов показал, что как отечественные, так и зарубежные исследователи уделяют внимание различным аспектам валютного рынка и валютного курса. Однако до настоящего момента не были достаточно систематизированы концептуальные основы развития национального валютного рынка в современных условиях, и не сформирован комплексный подход к изучению различных аспектов его развития. В свете ужесточения санкционного режима в отношении России, глобальной пандемии и повышенной волатильности мировой экономики, исследование влияния валютного курса на экономику России представляется актуальным.

**Цель исследования:** определить влияние валютного курса на состояние национальной экономики.

**Результаты исследования.** Валютный рынок – система устойчивых организационных и экономических отношений, возникающих при осуществлении операций по приобретению/продаже иностранной валюты, платежных документов в иностранной валюте, а также при совершении операций по движению иностранного капитала [1]. На валютных рынках, в целом, происходит обмен валюты одной страны на валюту другой по определенному номинальному валютному курсу.



Официальной денежной единицей, используемой для осуществления расчетов на территории Российской Федерации, является российский рубль. Курс рубля по отношению к другим валютам устанавливает Центробанк.

Формирование валютного курса на свободном валютном рынке осуществляется под влиянием спроса и предложения. В число факторов, влияющих на валютный курс, входят: темпы инфляции; состояние платежного баланса; разница процентных ставок в разных странах; спекулятивные валютные операции; степень использования определенной валюты на евровалютном рынке и в международных расчетах; ускорение или задержка международных платежей; степень доверия к валюте; валютная политика, которая направлена либо на повышение, либо на понижение курса валюты, исходя из задач валютно-экономической политики [2].

Сравнение курса национальной валюты с мировыми дает представление о текущей экономической обстановке в стране в сравнении с общемировой экономической ситуацией. Проанализируем динамику курса рубля по отношению к доллару США за 2021-2024 гг. (рис. 1).

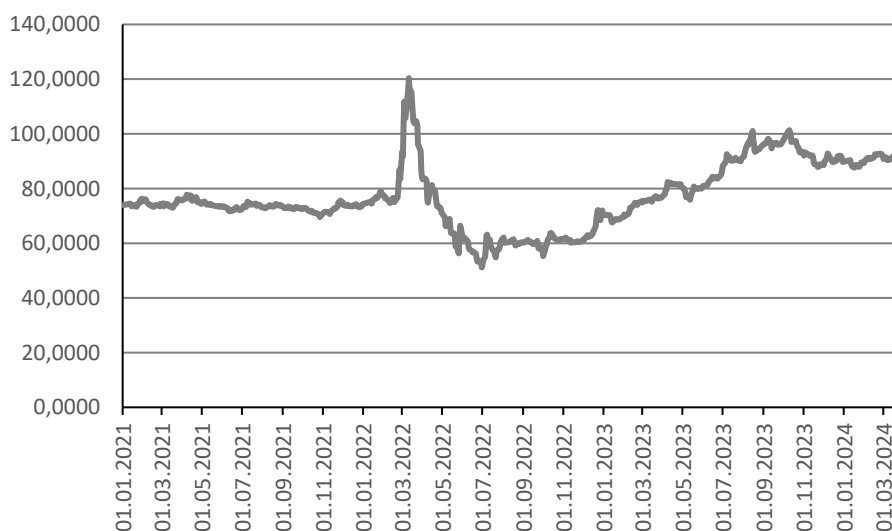


Рис. 1. График изменений курса российского рубля к доллару США в 2021-2024 гг. [3]

За весь анализируемый период курс рубля по отношению к доллару был нестабилен.

За период с января 2021 г. по март 2024 г. наибольший курс доллара США зафиксирован 11 марта 2022 г. - 120,37 руб., а наименьший – в июне 2022 г. – 51,15 руб. Разница составляет 69,22 руб.

Следует подчеркнуть связь между курсом валют и ценой на нефть (рис.2). До 2014 года цены на нефть были высокими (около 110 долл. США за баррель), а в конце 2014 года начался обвал цены на нефть, который достиг своего пика в январе 2016 года, когда минимальная цена за нефть марки Brent была лишь 27 долл. США, т.е. в 4 раза меньше, чем за два года до этого.

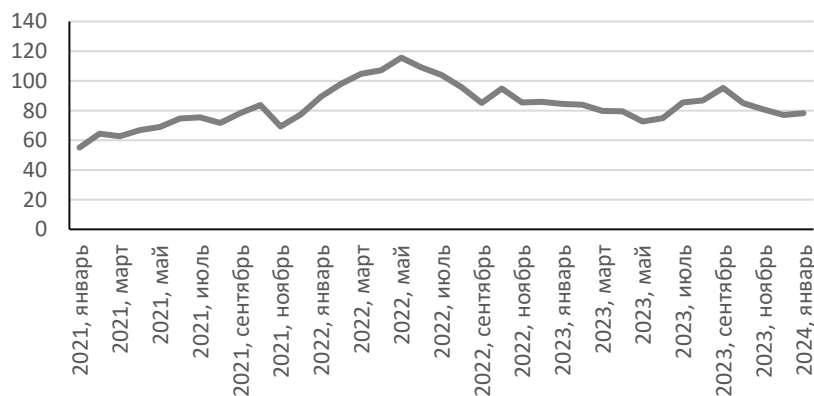


Рис. 2. Динамика цен на нефть в 2021-2024 гг., долл. США [4]

Анализируя котировки нефти, следует отметить, что изменение цен носит скачкообразный характер. Наибольшая цена на нефть составила 115,6 долл. США за баррель – в мае 2022 г., а наименьшая – 55,4 долл. США – в январе 2021 г. За год увеличение произошло на 60,2 долл. США. В целом за три года (2021-2024 гг.) котировки нефти увеличились на 23,16 долл. США. При этом, между ценой на нефть и курсом доллара США по отношению к рублю, наблюдается обратная связь: если цены на нефть поднимаются, то курс доллара падает и наоборот.

Причины влияния цен на нефть на курс рубля обусловлены рядом факторов. Во-первых, существенная часть спроса на рубль – спрос со стороны экспортеров. Нефтегазовые доходы занимают большую долю и в ВВП России, и в экспорте. Когда такие огромные суммы денег конвертируются из долл. США в рубли, это оказывает поддержку курсу рубля.

Во-вторых, бюджет России существенно зависит от нефтегазовых доходов. С начала 2000-х гг. эта зависимость росла, достигнув пика в 50% в 2011-2013 гг. Один из немногих способов снизить губительное влияние – снижать курс рубля, чтобы компенсировать потерю от цен на нефть.

В-третьих, для того чтобы выполнять обязательства, российскому бюджету нужны деньги. Например, бюджет за 2023 г. сведен с большим дефицитом. Доходы бюджета 2023 года: 29,123 трлн. руб., расходы - 32,364 трлн. руб. Дефицит - 3,2 трлн. рублей, т.е. дефицит составляет 11%, если считать от размера доходов [6].

Эффективность валютного рынка определяется стабильным курсом, поэтому важно, чтобы проблемы с его колебаниями не были постоянными. Для этого государству необходимо: развивать внутренний рынок и разрешать свои внутренние социально-экономические проблемы; уменьшать зависимость от внешней конъюнктуры; развивать наукоемкие отрасли; повышать в целом эффективность производства, используя передовые технологии.

**Выводы.** Рынок валют напрямую влияет на экономику страны, поскольку отражает текущие процессы и явления. Если национальная валюта укрепляется, ее курс становится выше по отношению к мировым валютам, тогда как последние, наоборот, снижаются. Это свидетельствует о стабилизации национальной экономики. С другой стороны, если курс национальной валюты продолжительное время не растет, а только снижается по отношению к другим валютам, это указывает на ухудшение экономической ситуации и может привести к финансовому кризису.

#### Список литературы:

1. Словарь терминов по курсу «Финансы, деньги и кредит» / сост. В.В. Блекус. – Электроизолятор: ГГХПИ, 2011. – 52 с.

2. Международные валютно-кредитные отношения: учебник для вузов / под ред. Л. Н. Красавиной. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 543 с.
3. Сайт Банка России. Официальные курсы валют в 2021-2024 гг. – Текст: электронный. – URL: [https://cbr.ru/currency\\_base/daily/](https://cbr.ru/currency_base/daily/) (дата обращения: 16.03.2024).
4. ООО ИА «Банки.ру». Курс российского рубля – Текст: электронный. – URL: <https://www.banki.ru/products/currency/rub/> (дата обращения: 16.03.2024).
5. Левина, Т.А. Валютные курсы и факторы их формирования, негативное влияние долларизации на экономику РФ / Т. А. Левина, А. П. Ксенофонтова, Я. В. Шевченко // Интерактивная наука. – 2016. – № 1. – С. 131-133.
6. Информационная группа Интерфакс. Дефицит бюджета РФ в 2023 г. – Текст: электронный. – URL: [interfax.ru/business/939771](https://interfax.ru/business/939771) (дата обращения: 17.03.2024).

Мазно К. Э., студентка

*Научный руководитель:* Забавина Е. Ю., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*maznokarina80@gmail.com*

## СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ STARBUCKS

**Актуальность.** На современном этапе Starbucks Corporation является бесспорным мировым лидером в индустрии кофе. Компания благодаря успешной бизнес-модели за сорок лет выросла из малого регионального бизнеса в глобальную сеть кофеен и магазинов кофе. Под ее началом работает 32000 заведений в 75 государствах мира. Starbucks является поставщиком элитного кофе на 22 международных рынках с более чем 5000 точками продаж [1].

Успех компании связан с упорным стремлением стать одним из самых узнаваемых и уважаемых брендов в мире. Политика Starbucks основана на коренных ценностях, которые заключаются в использовании только лучших кофейных зерен для создания своего набора вкусов. Это делает Starbucks уникальным производителем премиум-кофе. Важным конкурентным преимуществом компании являются индивидуальные отношения с клиентами - Starbucks хорошо разбирается в психологии человека, тем самым располагая к себе клиентов.

**Цель** – исследовать стратегию развития компании Starbucks.

**Результаты исследования.** Starbucks делает упор на качество и индивидуальный опыт, а не на цену, что позволяет выделиться среди конкурентов. Клиенты приходят в Starbucks не только за кофе, но и за особой атмосферой. Компания создает уникальную стратегию для каждой кофейни в зависимости от месторасположения, что принесло ей большой успех [5].

Принципы Starbucks выгодно отличают ее от компаний-конкурентов. Первым принципом работы Starbucks и основополагающим фактором успеха Starbucks является многообразие качественной продукции. Ассортимент Starbucks насчитывает около 90000 напитков. Однако все напитки невозможно найти в одной кофейне т.к. они разбросаны по разным странам, ассортимент отличается в зависимости от региона.

Второй принцип – удобство для потребителя и искреннее желание угодить ему. Например, работники Starbucks изучают предпочтение в музыке их клиентов и включают на точках те треки, которые больше всего нравятся потребителям.

Следующий и важный принцип – так называемый «лояльный капитализм». Он заключается в том, что компания не отказывается от сверхприбылей, но старается

вкладывать деньги в развитие, причем в угоду потребителю, например, закупает качественные ингредиенты для напитков и еды; открывает новые точки в местах, удобных для широких слоев населения; помогает выпускать музыкальные альбомы и кинокартины как начинающим, так и именитым авторам [7].

Также компания сотрудничает с авторитетными кофейными поставщиками и привлекает новых инвесторов. Все это ускоряет развитие компании и делает продукцию еще качественнее. Основой ассортимента Starbucks были кофе, чай, выпечка, десерты, в некоторых точках предлагались газированные напитки и соки. С 2008 г. в компании начались эксперименты, первым из которых стала серия Skinny (в дословном переводе «худоба») – это более облегченная версия любого напитка с меньшим содержанием жира и сахара. Совет директоров компании заметил, что все больше людей в мире независимо от пола, возраста и социального статуса начали стремиться к сбросу лишнего веса - причем не с помощью спортивных упражнений, а благодаря изменению режима питания. После этого компания взяла курс на здоровую пищу, например, из салатных заправок убрали те ингредиенты, которые содержат много фруктозы - исследователи посчитали ее слишком вредной, в том числе, с точки зрения лишнего веса. Одновременно с этим из предлагаемых блюд пропали практически все искусственные ингредиенты [2].

Компания использует новейшие технологии для приготовления кофе и взаимодействия с клиентами через социальные сети. Многие клиенты выбирают кофейню Starbucks в качестве места встречи из-за бесплатного и быстрого Wi-Fi. Благодаря технологии компания может быстро получать предложения и отзывы. Starbucks также предлагает уникальную систему вознаграждений и позволяет клиентам оформлять заказы с помощью различных приложений для доставки еды.

Starbucks является одним из самых известных и активных сторонников корпоративной социальной ответственности (CSR) в своей отрасли. Компания активно внедряет программы и инициативы, направленные на повышение социальной, экологической и экономической ответственности.

1. Эко-инициативы: Starbucks стремится к устойчивому развитию, сосредотачиваясь на снижении своего экологического воздействия. Компания обязалась уменьшить расход ресурсов и увеличить использование возобновляемых источников энергии для своих операций. Starbucks также активно работает над повышением эффективности упаковки и устранения отходов.

2. Этическое партнерство: Starbucks сотрудничает с фермерами, поддерживая программы фермерского развития и обучая их методам устойчивого земледелия, что помогает повысить качество кофейных зерен и улучшить условия жизни сельских сообществ.

3. Вовлечение в социальные программы: компания активно поддерживает различные программы профессионального развития своих сотрудников, в том числе предоставляя доступ к медицинской помощи и образованию.

4. Борьба с неравенством: Starbucks предприняла шаги по улучшению рабочих условий и увеличению оплаты труда своих сотрудников, что также влияет на борьбу с социальным неравенством.

5. Благотворительность: Starbucks поддерживает инициативы социальной защиты, фонды помощи пострадавшим от катастроф и различные благотворительные организации.

Приверженность принципам КСО позволила достичь 82% уровня удовлетворенности сотрудников, что является самым высоким показателем в сфере обслуживания и пищевой промышленности [2]. Компания создает приятную атмосферу и берет на себя заботу о своих сотрудниках. Команда управления персоналом компании

работает над развитием культуры и повышением уровня приверженности сотрудников, стремясь поддерживать их мотивацию.

В области маркетинга и продаж Starbucks является одним из лидеров благодаря стремлению сделать свой продукт неотъемлемой частью повседневной жизни людей. Компания предлагает свою продукцию в различных местах, таких как магазины, кинотеатры, предприятия и аэропорты. Кроме того, Starbucks использует непривычные маркетинговые методы, не ориентируясь на традиционную рекламу, чтобы повысить свой имидж. Для позиционирования своих товаров Starbucks активно применяет несколько маркетинговых стратегий [6].

Заведения Starbucks спроектированы так, чтобы заставить клиентов задержаться подольше. Кассы расположены в середине или углу кофейни, чтобы клиенты прошли через уютные диванчики, впитывая аромат кофе. Бариста всегда перемалывают зерно непосредственно перед приготовлением напитка. Кофейни Starbucks обычно находятся на уютных и тихих улицах, чтобы посетители максимально расслабились и заказали дополнительные продукты. Starbucks также привлекает клиентов свежей выпечкой, хотя на самом деле десерты изготовлены из замороженных полуфабрикатов, цены на которые завышены. В кофейнях используется особое освещение, чтобы заставить клиентов совершать импульсивные покупки: внутри царит полумрак, в то время как витрины и кассы ярко освещены.

Клиенты могут заказать кофе «детской температуры» (50-60°C), если не хотят горячий напиток. Самый крепкий кофе выпивается со льдом, так как лед делает напиток водянистым, поэтому для более высокой концентрации нужно больше кофе. Если нужно что-то очень бодрящее, можно заказать айс-кофе без льда. К практически любому заказу можно получить взбитые сливки или карамель бесплатно, а не только к фраппучино или латте. Starbucks также предлагает мобильный заказ, который имеет приоритет перед обычным заказом, чтобы напиток был готов к приходу клиента. В меню Starbucks нет знаков местной валюты. Исследования показали, что, если клиенты видят символ доллара или рубля, они подсознательно считают напиток дорогим. Цены на напитки редко заканчиваются на 9, чтобы избежать ассоциаций с дешевой едой.

**Выводы.** Starbucks стремится к инновациям и занимает лидирующую позицию в своей отрасли. Стратегия развития Starbucks ориентирована на несколько ключевых аспектов, включая устойчивость, новые возможности для роста и улучшение потребительского опыта. Компания направляет свои усилия на устойчивое развитие - Starbucks продолжает свою работу по сокращению экологического воздействия путем уменьшения отходов, увеличения использования возобновляемых ресурсов и энергии, а также повышения эффективности упаковки. Компания активно инвестирует в технологические новшества и цифровые решения, чтобы улучшить взаимодействие с потребителями, включая заказы через мобильное приложение, программы лояльности и другие инновационные продукты и услуги. Starbucks продолжает свое глобальное расширение, открывая новые кафе и продвигая свои продукты по всему миру, особенно на растущих рынках. Компания постоянно работает над новыми напитками, продуктами и концепциями, чтобы удовлетворить меняющиеся потребности своих клиентов и привлечь новых потребителей. Эти и другие стратегические приоритеты позволят компании Starbucks оставаться конкурентоспособной и соответствовать ожиданиям потребителей в будущем.

#### Список литературы:

1. Starbucks Statistics – Starbucks Facts, Stats, Trends & Data (2024) – Текст: электронный. – URL <https://www.wallstreetzen.com/stocks/us/nasdaq/sbux/statistics> (дата обращения: 15.03.2024).

2. Маркетинг Starbucks – Текст: электронный // Официальный сайт компании Starbucks. – URL: <https://www.starbucks.com/> (дата обращения: 15.03.2024).

3. Принципы Starbucks. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Starbucks. – URL: <https://www.starbucks.com/> (дата обращения: 15.03.2024).

4. Сеть кофеен Starbucks. – Текст: электронный. – URL: <https://americanbutler.ru/ru/polezno/brendy/starbucks?ysclid=lsa5p325bc292043803> (дата обращения: 10.03.2024).

5. Отзывы и мнение туристов. – Текст: электронный. – URL: <https://irina-shustrova.tourister.ru/blog/9437?ysclid=lsa5q61j904821219> (дата обращения: 10.03.2024).

6. Маркетинговая стратегия Starbucks – Текст: электронный. – URL: <https://thebrandhopper.com/2023/07/06/marketing-strategies-and-marketing-mix-of-starbucks/> (дата обращения: 15.03.2024).

7. Корпоративные принципы Starbucks. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Starbucks. – URL: <https://www.starbucks.com/> (дата обращения: 15.03.2024).

Михеева О. И., Тавадян Д. А., студенты  
Научный руководитель: Воробьева Ю. С.  
Донецкий государственный университет, РФ  
[tavadiana1@yandex.ru](mailto:tavadiana1@yandex.ru) [mikheeva.olesya.06@mail.ru](mailto:mikheeva.olesya.06@mail.ru)

## ФАКТОРЫ ПРАВОВОЙ СРЕДЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

**Актуальность.** Малый и средний бизнес часто являются движущей силой экономики, способствуя конкуренции, инновациям и росту производительности. Гибкость, маневренность и мобильность, быстрая скорость реакции и высокая степень приспособления к работе в новых, не всегда простых условиях, сниженная зависимость от внешних факторов обеспечивает экономику страны рабочими местами, налоговыми поступлениями, инновациями, развитием отдельных регионов даже в самые сложные периоды, такие как санкции, боевые действия и др. Ярким подтверждением указанных аспектов является опыт Донецкой Народной Республики.

В условиях конфликта и политической нестабильности в Донецкой Народной Республике на экономику региона влияет ряд факторов, включая сокращение производственных мощностей, ограниченный доступ к рынкам и изменение потребительского спроса. Важное значение для развития малого бизнеса имеет наличие эффективной инфраструктуры поддержки, включая финансовую помощь, консультирование, обучение и доступ к ресурсам и рынкам.

Одним из главных видов факторов, влияющих на развитие малого бизнеса, являются правовые факторы. Т.к. через инструменты законодательного регулирования государство осуществляет рестрикционную или экспансионистскую экономическую политику, тем самым сдерживая или стимулируя деловую активность в стране, регионе.

**Цель исследования:** рассмотреть факторы правовой среды Донецкой Народной Республики, оказывающие влияние на развитие малого бизнеса.

**Результаты исследования.** В соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 12.12.2023) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», главными критериями отнесения к малому бизнесу являются доходы и количество работников. Для малого предприятия численность работников

составляет от 16 до 100 человек (для микропредприятия: от 0 до 15 человек); доходы – до 800 млн. руб. в год (для микропредприятий – до 120 млн. руб. в год). Для юрлиц есть дополнительный критерий: собственниками должны быть физлица или другой российский малый бизнес. Максимальная доля крупного и иностранного бизнеса в малом – 49%. А если собственник государство, общественные или религиозные организации, максимум – 25%.

Рассмотрим основные нормативные правовые акты, регулирующие развитие малого бизнеса в ДНР (табл. 1).

Таблица 1

Нормативное правовое регулирование малого бизнеса в ДНР

Наименование документа	Стимулирующие инструменты регулирования
1	2
Закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Донецкой Народной Республике» № 432-ПНС от 27.01.2023	<p>Определяет основные принципы и механизмы поддержки малого бизнеса, включая финансовую помощь, льготы и налоговые преференции.</p> <p>В ДНР исполнительные органы и органы местного самоуправления могут оказывать имущественную поддержку путем передачи имущества на возмездной, безвозмездной или льготной основе в соответствии с программами развития.</p> <p>При использовании такого имущества не по назначению или с нарушением установленных запретов оно может быть истребовано в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации.</p> <p>Информационная, правовая и консультационная поддержка для субъектов малого и среднего предпринимательства может быть предоставлена через размещение информации в интернете, консультации по телефону или другим способом связи, а также распространение печатных материалов, предназначенных для общественного доступа.</p> <p>Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в Донецкой Народной Республике осуществляется за счет средств бюджета ДНР и местных бюджетов, включая предоставление субсидий, бюджетных инвестиций и гарантий. Дополнительная поддержка предпринимательской деятельности, признанной социальной, также может быть предоставлена за счет указанных бюджетных ассигнований.</p>
<p>Налоговый кодекс Российской Федерации <b>и</b></p> <p>Закон от № 425-ПНС от 30.11.2022 «Об установлении ставки налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения на территории Донецкой Народной Республики» (с изменениями, внесенными Законом от 09.11.2023 № 19-РЗ)»</p>	<p>Ставки налога на упрощенной системе налогообложения:</p> <p>6% - если объектом налогообложения являются доходы.</p> <p>Законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены налоговые ставки в пределах от 1 до 6 процентов в зависимости от категорий налогоплательщиков</p> <p>15 % - если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов.</p> <p>Законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены налоговые ставки в пределах от 5 до 15 процентов в зависимости от категорий налогоплательщиков.</p> <p>Законодательством ДНР установлены минимальные ставки налога, предусмотренные диапазоном НК РФ:</p> <p>1% - для системы «доходы»</p> <p>5% - для системы «доходы - расходы»</p>

1	2
<p>Налоговый кодекс Российской Федерации <b>и</b> Закон 10 августа 2023 года № 467-ПНС «Об установлении ставки единого сельскохозяйственного налога на территории Донецкой Народной Республики».</p>	<p>Налоговая ставка НК РФ устанавливается в размере 6 процентов. НК РФ также определяет, что законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в пределах от 0 до 6 процентов для всех или отдельных категорий налогоплательщиков.</p> <p>Локальным законодательством ДНР ставка единого сельскохозяйственного налога на территории Донецкой Народной Республики установлена в размере 0 процентов для всех категорий налогоплательщиков</p>
<p>Федеральный закон "О свободной экономической зоне на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области" № 266-ФЗ от 24.06.2023 г. <b>и</b> Налоговый кодекс Российской Федерации</p>	<p><b>Льготы по налогу на прибыль:</b> в федеральный бюджет – 0% в течение 10 лет с момента получения прибыли от реализации инвестиционного проекта (п.1.7-1 ст.284 НК РФ) • в региональный бюджет 0% - 13,5% в соответствии с законами субъектов РФ в отношении прибыли, полученной от реализации инвестиционного проекта (п.1.7-1 ст.284 НК РФ) • ускоренная амортизация в отношении основных средств с коэффициентом 2 (пп.3 п.1 ст.259,3 НК РФ)</p>
	<p><b>Льготы по страховым взносам:</b> 7,6% В течение 5 лет, при условии выполнения среднеквартальных показателей: средней численности и средней заработной платы (пп. 22 п.1, п.17 ст.427 НК РФ)</p> <p><b>Льготы по налогу на имущество</b> 0% В течение 10 лет с момента принятия каждого объекта имущества на учет (п.29 ст.381 НК РФ)</p> <p><b>Льготы по земельному налогу</b> 0% Сроком на 3 года с месяца возникновения права собственности на каждый земельный участок</p>
<p>Закон ДНР от 15.04.2022 г. №362-ПНС «Об особенностях оказания государственной финансовой поддержки субъектам деятельности в сфере промышленности»</p> <p>Постановление Правительства ДНР от 18.07.2022 г. №58-4 и №58-3</p> <p>Распоряжение Правительства Донецкой Народной Республики от 01.06.2023 г. №36-Р2 «О фонде развития промышленности Донецкой Народной Республики»</p>	<p>Создан ФРП ДНР с целью осуществления общественно полезной деятельности по предоставлению целевых грантов и займов субъектам деятельности в сфере промышленности ДНР.</p> <p>Предоставляет целевые займы (от 5 до 100 млн. руб.) под маленькие проценты (1-2%), а также гранты (от 5 до 50 млн. руб.).</p>
<p>Постановление Правительство РФ от 31.05.2023 г. №888 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2023 - 2025 г. субъектам малого и среднего предпринимательства на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области, Херсонской области»</p>	<p>Программа льготного кредитования МСП (региональная мера).</p> <p>Льготная ставка – до 10% годовых.</p> <p>Максимальный размер займа – 50 млн. руб.</p> <p>Срок кредита: до 3 лет.</p> <p>Общий объем кредитования программы – до 10 млрд Р.</p> <p>Кредиты выдаются под поручительство «Корпорации МСП»</p>



1	2
<p>Постановление Правительства РФ от 30.12.2022 г. №2529 «Об утверждении особенностей применения законодательства о налогах и сборах на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области, Херсонской области в 2023».</p> <p><b>и</b></p> <p>постановление Правительства РФ от 01.04.2024 № 409 «Об особенностях неприменения ответственности в 2024 году к лицам, состоящим на учете в налоговых органах по месту нахождения (месту жительства) на территориях ДНР, ЛНР, Запорожской области, Херсонской области»</p>	<p>Ограничение на проведение плановых проверок и внеплановых до 2030 года</p> <p>В отношении налогоплательщиков (плательщиков сборов, страховых взносов, налоговых агентов) ДНР до 31 декабря 2023 года не применялась ответственность: по ст. 119.1 НК РФ за нарушение установленного способа представления налоговой декларации (расчета), по ст. 120 НК РФ за нарушение правил учета доходов и расходов и объектов налогообложения (базы для исчисления страховых взносов), по ст. 122 НК РФ за неуплату сумм налога (сбора, страховых взносов).</p> <p><b>Мораторий продлен до 31 декабря 2024 года.</b></p>

**Выводы.** На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что на территории ДНР проводится политика по повышению доступности займов, грантов, снижению налоговых обязательств, налогового администрирования с целью стимулирования деловой активности на территории ДНР, привлечения инвестиций из других регионов и стран, что способствует росту экономики республики.

#### **Список литературы:**

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/) (дата обращения: 14.04.2024).
2. Свободная экономическая зона на территории Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области. – Текст: электронный. – URL: <https://mer.govdnr.ru/images/phocadownloadpap/news/prezentaciya-sez.pdf> (дата обращения: 14.04.2024).
3. Программы финансирования // Фонд развития промышленности ДНР. – Текст: электронный. – URL: <https://frp-dnr.ru/программы-финансирования.html> (дата обращения: 14.04.2024).
4. Меры поддержки бизнеса донецкой народной республики Текст: электронный. – URL: <https://mer.govdnr.ru/images/phocadownloadpap/news/2023-10-04-mery-podderzhki-obnovlenie.pdf> (дата обращения: 14.04.2024).

Ал Нуккари Моаяд, аспирант  
*Научный руководитель:* Холод М. В., канд. экон. наук, доцент  
 Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова  
[moaiyad70@gmail.com](mailto:moaiyad70@gmail.com)

## **МАКСИМИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ В ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ВЫЗОВЫ**

**Актуальность исследования.** Цифровая трансформация представляет новые возможности и вызовы для современных компаний. Максимизация эффективности бизнес-аналитики становится все более актуальной в условиях быстрого развития цифровой экономики. Однако, для достижения этой цели необходимо преодолеть ряд

значительных препятствий, таких как управление огромными объемами данных и постоянное обновление профессиональных компетенций [4].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Последние исследования в области бизнес-аналитики выделяют её ключевое значение в современном бизнесе и в цифровой трансформации. Она является критическим инструментом для принятия обоснованных стратегических решений на основе данных и прогнозов. Однако, помимо значимости, выявлены вызовы, такие как управление данными и нехватка квалифицированных специалистов. Успешные компании активно разрабатывают стратегии максимизации эффективности бизнес-аналитики, включая инвестиции в обучение сотрудников и развитие технологической инфраструктуры. Практические подходы, такие как разработка программных решений и применение алгоритмов машинного обучения, используются для решения вызовов в этой области. Максимизация эффективности бизнес-аналитики остаётся актуальной задачей для компаний, требующей инновационных стратегий и подходов [3].

**Цель исследования.** Цель данного исследования состоит в исследовании стратегических аспектов и вызовов, связанных с максимизацией эффективности бизнес-аналитики в контексте цифровой трансформации. В рамках этой цели проводится анализ современных трендов цифровой трансформации, выявление ключевых стратегических принципов эффективной бизнес-аналитики, а также идентификация вызовов, которые могут возникнуть на этом пути. Путем глубокого анализа исследователи стремятся предложить практические рекомендации и подходы для преодоления этих вызовов и достижения более высокого уровня эффективности бизнес-аналитики в условиях цифровой трансформации [7].

**Результаты исследования.** Цифровая трансформация, опирающаяся на передовые технологии, меняет бизнес-процессы и создает новые возможности, но также вносит вызовы. Среди таких технологий – автоматизация, интернет вещей, анализ больших данных и использование искусственного интеллекта. Несмотря на преимущества, компании сталкиваются с проблемами безопасности данных и дефицитом квалифицированных специалистов. Анализ данных становится ключевым инструментом для принятия обоснованных решений, основанных на фактах и понимании рыночных тенденций. Применение бизнес-аналитики успешно демонстрируется в различных секторах промышленности, включая розничные сети, где анализ данных покупательского поведения оптимизирует ассортимент товаров и улучшает качество обслуживания. Кроме того, прогностическая аналитика активно используется для выявления рисков и возможностей на рынке [2].

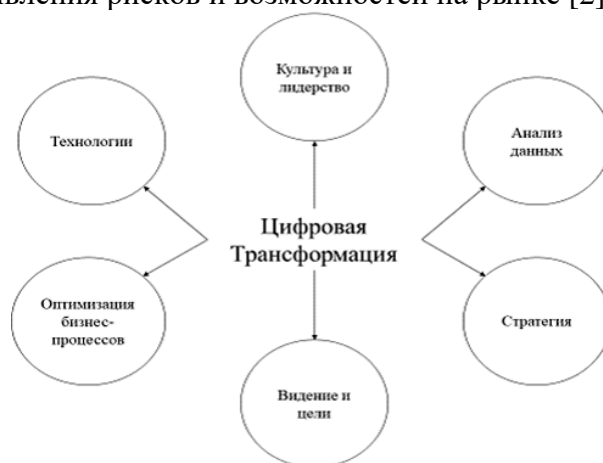


Рис. 1. Элементы цифровой трансформации (составлено по материалам Shweta Bhanda и Abby Taylor)

В контексте цифровой трансформации стратегические аспекты бизнес-аналитики играют ключевую роль, охватывая широкий спектр задач, от выявления целей до принятия решений на основе инсайтов. Разработка стратегии бизнес-аналитики неотъемлема для максимизации эффективности, включая определение целей и методов анализа данных. Анализ данных важен для выявления трендов и возможностей в цифровой трансформации, обеспечивая основу для эффективных стратегий. Прогнозирование и моделирование данных необходимы для принятия обоснованных решений в динамичной среде, позволяя компаниям планировать действия для достижения целей. Развитие бизнес-аналитической культуры в организации играет ключевую роль в цифровой трансформации. Это включает обучение сотрудников, стимулирование аналитического мышления и создание атмосферы, где данные используются для формирования стратегии и инноваций [1].

Максимизация эффективности бизнес-аналитики в цифровой трансформации сталкивается с вызовами, такими как недостаток квалифицированных специалистов и технологические ограничения при работе с большими объемами данных. Адаптация методов бизнес-аналитики под изменяющиеся условия также важна. Преодоление этих вызовов требует комплексного подхода, включая обучение персонала, улучшение инфраструктуры и обновление методов анализа данных [5].

Для максимизации эффективности бизнес-аналитики в цифровой трансформации следует учесть несколько практических рекомендаций. Важно инвестировать в обучение и развитие персонала, проводя регулярные тренинги и курсы повышения квалификации. Также необходимо внедрить передовые технологии и инструменты анализа данных, использовать современные платформы и облачные сервисы. Установление четких процессов и методологий работы с данными и принятия решений упорядочивает рабочий процесс. Разработка стандартов по сбору, хранению и анализу данных обеспечивает единый подход. Важно также развивать партнерские отношения между бизнесом и IT-отделом для более эффективного внедрения аналитических решений [3].

Таблица 1

Содержание методики влияния введения цифровой трансформации на эффективную работу и конкурентоспособность предприятий

Содержание методики	Пояснения
Цель	Изучение степени влияния цифровой трансформации на конкурентоспособность и эффективность предприятий
Задачи	1) рассмотрение основных элементов цифровой трансформации; 2) выяснить степень влияния цифровой трансформации на конкурентоспособность и эффективность предприятий; 3) разработать алгоритм по внедрению цифровой трансформации
Подходы	1) системный; 2) научный; 2) инновационный
Методы	1) анализ; 2) описание; 3) сравнение
Результаты	1) высокий уровень конкурентоспособности предприятий; 2) эффективная работа предприятий

Исследование о максимизации эффективности бизнес-аналитики в цифровой трансформации выявляет ключевые аспекты. Бизнес-аналитика становится все более важным элементом для успешной цифровой трансформации компаний, обеспечивая необходимые инсайты для принятия обоснованных стратегических решений и адаптации к быстро меняющейся цифровой среде. Однако, возникают вызовы, такие как сложность управления данными, нехватка квалифицированных специалистов и интеграция аналитических решений в стратегическое управление компанией. Исследование предлагает практические рекомендации, включая инвестирование в

обучение сотрудников и развитие технологической инфраструктуры. Успешные компании, максимизирующие эффективность бизнес-аналитики, отличаются гибкостью и готовностью к инновациям, активно ищут новые способы оптимизации процессов на основе данных. Значимость эффективной бизнес-аналитики в цифровой трансформации неоспорима, и ее максимизация требует системного подхода и готовности к постоянным изменениям и инновациям для достижения успеха на рынке [7].

**Выводы.** Исследование примеров успешного применения бизнес-аналитики в стратегических решениях и анализ вызовов при её использовании в условиях цифровой трансформации приводит к важным выводам о максимизации её эффективности. Бизнес-аналитика играет фундаментальную роль в цифровой трансформации компаний, предоставляя необходимые знания для принятия обоснованных решений и способствуя адаптации к изменяющимся рыночным условиям. Однако максимизация её эффективности встречает ряд вызовов, включая управление данными, квалификацию персонала и интеграцию аналитических решений в управленческий процесс. Для решения данных вызовов необходим системный подход, который включает инвестирование в обучение персонала, развитие технологической инфраструктуры и применение инновационных методов анализа данных. Успешные компании, максимизирующие эффективность бизнес-аналитики, отличаются гибкостью, готовностью к изменениям и способностью к инновациям. Важно осознать, что для успешной максимизации её эффективности требуются не только технические решения, но и культурные изменения, включая развитие аналитической культуры внутри компании.

Таким образом, эффективная цифровая трансформация компании зависит от эффективного управления данными и использования бизнес-аналитики для стратегических решений. Внедрение системы максимизации её эффективности является ключевым аспектом этого процесса и открывает путь к успешной адаптации и росту в цифровом бизнес-ландшафте.

#### Список литературы:

1. Александрова, С.В. Возможности цифровизации систем менеджмента качества / С.В. Александрова, В.А. Васильев, М.Н. Александров // Качество. Инновации. Образование. – 2021. – № 1(171). – С. 17-21.
2. Бабина, С.И. Цифровые и информационные технологии в управлении предприятием: реальность и взгляд в будущее / С.И. Бабина // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13. – № 4. – С. 723-742.
3. Ведмидь, П. Цифровизация процессов СМК и управление жизненным циклом изделия / П. Ведмидь // Методы менеджмента качества. – 2021. – № 5. – С. 44-49.
4. Гугелев, А.В. Роль системы менеджмента качества в формировании цифровых предприятий России / А.В. Гугелев, О.А. Можяев // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2020. – № 3(82). – С. 62-68.
5. Ковригин, Е.А. Пути развития СМК в условиях цифровизации / Е.А. Ковригин, В.А. Васильев // Компетентность. – 2020. – № 6. – С. 12-17.
6. Кудрявцева, С.С. Экономический рост и интеллектуальный капитал: институциональные аспекты взаимосвязи / С.С. Кудрявцева // Вестник Казанского технологического университета. – 2012. – Т. 15. – № 6. – С. 222-226.
7. Саханевич, Д.Ю. Роль цифровизации в развитии социально-экономических систем / Д.Ю. Саханевич // Ученые записки Тамбовского отделения РСОМУ. – 2020. – № 20. – С. 63-73.

Попко Д. А., студент  
Научный руководитель: Воробьева Ю. С.  
Донецкий государственный университет, РФ  
dariyapopko34@yandex.ru

## НАПРАВЛЕНИЯ МИНИМИЗАЦИИ НЕГАТИВНОГО ВЛИЯНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ГЕРМАНИИ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

**Актуальность:** в современном мире все больше внимания уделяется вопросам устойчивого развития и охраны окружающей среды. Одним из ключевых аспектов этой проблемы является влияние деятельности человека на климат и экосистемы, что, в свою очередь, вызывает ряд серьезных последствий, таких как глобальное потепление, изменение уровня морей, вымирание видов и ухудшение качества воздуха. Компаниям по всему миру отводится важная роль в этом процессе, поскольку их деятельность зачастую оказывает значительное воздействие на окружающую среду.

В ходе исследования авторы обратились к практическим источникам, включая статьи и отчеты компаний, что позволило получить объективное представление о текущем состоянии дел в области минимизации негативного воздействия предприятий на окружающую среду.

**Целью исследования** является определение ключевых направлений минимизации негативного воздействия производственной деятельности предприятий химической промышленности Германии на окружающую среду и рассмотрение текущих результатов реализации таких направлений.

**Результаты исследования.** Начиная с 2015 г. большинство стран мира включились в Повестку ООН по устойчивому развитию до 2030 года и активно работают над достижением Целей устойчивого развития. Цели в области устойчивого развития являются своеобразным призывом к действию, исходящим от всех стран – бедных, богатых и среднеразвитых. Он нацелен на улучшение благосостояния и защиту нашей планеты. Государства признают, что меры по ликвидации бедности должны приниматься параллельно усилиям по наращиванию экономического роста и решению целого ряда вопросов в области образования, здравоохранения, социальной защиты и трудоустройства, а также борьбе с изменением климата и защите окружающей среды [10].

Как минимум достижение 4 целей неразрывно связано и во многом зависит от уровня и способа промышленного воздействия предприятий на окружающую среду.

Информационно-аналитической базой исследования выступили результаты деятельности и официальная отчетность 9 предприятий химической промышленности Германии. Данная выборка включила крупнейшие предприятия химпрома в стране по данным компании Researchgermany, которые публично и открыто представляют отчеты о прогрессе в устойчивом развитии и др.

В результате анализа отчетности предприятий, были определены ключевые направления, по которым реализуется уменьшение негативного воздействия на окружающую среду, а также определен вектор развития направлений: прогресс, регресс, отсутствие четкого тренда (табл. 1).

По основным направлениям влияния рассмотренных предприятий на окружающую среду оказалось, что по направлению выбросов парниковых газов, включая CO<sub>2</sub>, 5 из 9 предприятий минимизируют из года в год выбросы. Так, например, компании Bayer с 2019 года по 2023 удалось сократить выбросы парниковых газов на 760 тысяч метрических тонн (в 2019 – 3.76; в 2020 – 3.58; в 2021 – 3.17; в 2022

– 3.03; в 2023 – 3.00). Однако Covestro этого сделать не удалось, данные только ухудшились (в 2023: 4,9 млн. метрических тонн, что на 4,3% (эквивалент 2 CO) больше, чем в 2022 г. (4,7 млн. метрических тонн).

Таблица 1

Направления воздействия производственной деятельности предприятий химической промышленности Германии на окружающую среду (составлено автором на основе [1-9])

Название компании	Направления воздействия на окружающую среду				
	Выбросы парниковых газов, включая CO <sub>2</sub>	Использование воды	Энергопотребление	Повторная переработка материалов и возобновляемые источники	Отходы
Covestro	▲	●	■	★	■
BASF	▲	■	■	■	■
Evonik	★	★	★	★	★
Lanxess	▲	▲	▲	★	■
Wacker	▲	★	★	▲	■
Bayer	▲	■	■	▲	■
Henkel	▲	■	■	▲	■
Merck KGaA	▲	★	■	▲	■
Freudenberg	■	■	■	★	■

Условные обозначения к табл. 1:

Положительная динамика ■

Отрицательная динамика ▲

Нет изменений ●

Непонятно из-за отсутствия необходимых данных ★

Следующим направлением является использование воды: 4 из 9 компаний имеют положительную или без изменений динамику, а Lanxess- отрицательную. Некоторые из рассмотренных предприятий не предоставили в открытом доступе сведения о потреблении воды несмотря на то, что на их официальных сайтах сокращение объема потребления является одной из основных целей устойчивого развития, над достижением которых работает предприятия.

Не менее важный аспект воздействия на окружающую среду — это энергопотребление. Большинство предприятий активно продолжают минимизировать потребление энергии, некоторые из них стараются вырабатывать энергию при помощи солнечных батарей или приобретать ее из возобновляемых источников. Тем не менее некоторые компании не раскрывают в полной мере информацию о своем негативном воздействии, как, в частности, Evonik и Wacker.

Далее автором рассмотрено направление по переработке материалов. Только 4 предприятия указало на сайте и в отчете эти данные, которые включают переработку пластика, воды и энергии. Например, у компании Henkel минимум 98% пластиковых упаковок из переработанного пластика, а также с каждым годом все больше и больше филиалов компании в разных странах переводится на возобновляемые источники

электроэнергии (в 2022 году 23 страны, а в 2023 ещё 10). К сожалению, многие компании не предоставляют никакие данные о повторной переработке, поэтому невозможно оценить динамику.

Последний, рассмотренный аспект, – отходы предприятия. 8 из 9 предприятий имеют положительную динамику. С каждым годом эти предприятия уменьшают количество, выработанных отходов, а также увеличивают количество переработанных выбросов. Например, В 2023 году BASF произвела 2,13 миллиона метрических тонн отходов (в 2022 году: 2,21 миллиона метрических тонн), из них 53,7% было утилизировано (в 2022 году: 52,6%).

**Вывод:** исследование показало, что крупные представители химической промышленности Германии активно внедряют новые технологии и проводят мероприятия, направленные на уменьшение негативного влияния производственной деятельности на окружающую среду. Основными направлениями этой деятельности включают: использование возобновляемых источников энергии, переработка материалов, уменьшение отходов, сокращение объемов водопотребления. Особое внимание уделяется снижению выбросов парниковых газов. Так, в последние годы многие предприятия активно инвестируют в технологии улавливания и хранения углекислого газа, что позволяет им значительно сократить свои выбросы. Наиболее эффективные результаты демонстрируют Bayer, Henkel, BASF. Тем не менее остаются среди представителей химической промышленности предприятия, либо не имеющие положительных сдвигов в направлении заботы об окружающей среде, либо не раскрывающие информацию о своем влиянии на окружающую среду.

Несмотря на достигнутые успехи, химическая промышленность Германии продолжает сталкиваться с вызовами, связанными с необходимостью дальнейшего снижения своего влияния на окружающую среду.

#### Список литературы:

1. Freudenberg. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Freudenberg [сайт]. – URL: <https://www.freudenberg.com/> (дата обращения: 28.03.2024).
2. Merck. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Merck [сайт]. – URL: <https://www.merckgroup.com/en/sustainability-report/2022/environment/environmental-stewardship.html> (дата обращения: 28.03.2024).
3. Henkel. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Henkel [сайт]. – URL: <https://www.henkel.com/> (дата обращения: 28.03.2024).
4. Bayer. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Bayer [сайт]. – URL: <https://www.bayer.com/en/> (дата обращения: 30.03.2024).
5. Wacker. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Wacker [сайт]. – URL: <https://www.bayer.com/en/> (дата обращения: 30.03.2024).
6. LANXESS. – Текст: электронный // Официальный сайт компании LANXESS [сайт]. – URL: <https://lanxess.com/> (дата обращения: 30.03.2024).
7. Evonik. – Текст: электронный // Официальный сайт компании Evonik [сайт]. – URL: <https://corporate.evonik.com/en> (дата обращения: 01.04.2024).
8. BASF. – Текст: электронный // Официальный сайт компании BASF [сайт]. – URL: <https://report.basf.com/2023/en/> (дата обращения: 01.04.2024).
9. COVESTRO. – Текст: электронный // Официальный сайт компании COVESTRO [сайт]. – URL: <https://www.report.covestro.com/annual-report-2023/> (дата обращения: 01.04.2024).
10. Цели в области устойчивого развития. – Текст: электронный. – URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 01.04.2024).

Попов Я. В., студент  
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
yaros.976@gmail.com

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**Актуальность темы.** Цифровая экономика – экономическая деятельность, осуществляемая с помощью электронных сетей, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами.

Цифровая экономика играет все более значимую роль в современном бизнесе, в том числе и в Донецкой Народной Республике. Она позволяет увеличить эффективность и конкурентоспособность предприятий, оптимизировать производственные процессы, улучшить качество продукции и услуг, а также расширить рынки сбыта через интернет.

Внедрение цифровых технологий помогает сократить издержки на производство, управление и маркетинг, а также повышает скорость и точность принятия решений. Это особенно важно для бизнеса в условиях ограниченных ресурсов и конкуренции на рынке [1].

**Цель исследования** – анализ актуальных проблем и перспектив развития бизнеса в Донецкой Народной Республике в условиях цифровизации экономики

**Результаты исследования.** Малый и средний бизнес выступает одним из основных элементов современной рыночной системы хозяйствования, являясь гарантией существования развитой рыночной экономики государства. Малое предпринимательство – движущая сила экономического прогресса и основной поставщик рабочих мест во всех отраслях экономики. За счёт поддержки МСБ, государство регулирует проблемы повышения уровня благосостояния населения и увеличения процента среднего класса [2].

Сейчас бизнес в Донецкой Народной Республике постепенно восстанавливается. Власти республики предпринимают шаги для создания более благоприятной деловой среды, привлечения инвестиций и развития местной экономики. Правительство Донецкой Народной республики принимает всевозможные меры поддержки бизнеса, в частности: снижение налоговой нагрузки; снижение административной нагрузки; меры по ограничению контрольно-надзорных мероприятий; меры финансовой и имущественной поддержки; предоставление кредитов, займов, грантов, поручительств; кредитные продукты и программы, предоставляемые банковскими организациями; юридическая и административная поддержка в сфере закупок [3].

Однако так же можно выделить и проблемы малого и среднего бизнеса. Наиболее значительными проблемами развития малого бизнеса принято считать:

1. Ограниченность в кредитных ресурсах и рынка поставок товара из-за рубежа.
2. Недостаточность финансовых возможностей.
3. Введение блокады и ведение боевых действий.

Внутренними факторами, вызывающими основные проблемы развития малого бизнеса ДНР, являются: несовершенная государственная регуляторная политика в направлении защиты прав собственности, отсутствие системы упрощения ведения бизнеса, а также стимулирования и поддержки малого бизнеса, отток квалифицированных кадров.



Бизнес-сообщество в Донецкой Народной Республике сталкивается с вызовами, связанными с нестабильностью политической ситуации, коррупцией, недостаточной инфраструктурой и отсутствием доступа к международным рынкам. Однако, некоторые компании все равно продолжают успешно функционировать и находить способы адаптации в сложившихся условиях хозяйствования.

Если говорить о функционировании бизнеса в условиях цифровизации, то здесь кроме положительных эффектов, таких как: повышение производительности, улучшение качества обслуживания, укрепление конкурентоспособности, расширение рынка, сокращение издержек, создание новых рабочих мест, повышение прозрачности и укрепление доверия, существуют и определенные проблемы. Среди них можно выделить такие как:

кибербезопасность (угроза кибератак и утечки данных становится все более серьезной проблемой для бизнеса);

недостаток квалифицированных кадров (многие компании сталкиваются с трудностями в поиске специалистов, способных работать с новыми цифровыми технологиями);

высокий уровень инвестиций (внедрение и поддержание цифровых технологий требует значительных инвестиций, которые могут быть недоступны для некоторых компаний);

повышенная зависимость от технологий (бизнес становится все более зависимым от цифровых технологий, и сбои в их работе могут привести к серьезным последствиям):

изменение законодательства (постоянное изменение законодательства в области цифровых технологий может создавать дополнительные сложности для функционирования бизнеса) [4].

С другой стороны, сегодня в Донецкой Народной Республике перед бизнесом открываются широчайшие возможности, в частности при поддержке Правительства ДНР состоялось торжественное открытие центра «Мой бизнес». Предпринимателей познакомили с действующими программами поддержки бизнеса и способами их получения, рассказали о возможностях консультационной площадки. Центр «Мой бизнес» станет связующим звеном между предпринимателями и органами власти. Задача - проинформировать о возможных мерах поддержки и упростить их получение при создании нового или ведении действующего бизнеса. Также в таком центре можно будет провести аудит компании, заказать маркетинговые услуги и продвижение на рынке. Центр объединит в себе все организации поддержки бизнеса в Республике. Фонд поддержки малого и среднего предпринимательства работает в Донецкой Народной Республике с сентября 2023 года и уже провел более 800 консультаций для предпринимателей [5].

Цифровизация экономики в Республике может успешно развиваться благодаря использованию имеющихся интернет-сетей, пустующих производственных помещений и избыточной дешевой электроэнергии. В условиях быстрого развития информационно-коммуникационных технологий в мире, Республика должна научиться использовать их максимально эффективно, учитывая, что для нее отсутствуют ограничения на физическое перемещение конечного продукта в рамках мировой экономики.

В долгосрочной перспективе цифровизация может стать значимым фактором экономического роста при любом из сценариев развития экономики ДНР, при этом наибольший эффект от внедрения цифровых технологий может быть достигнут в наукоемких секторах сферы услуг и высокотехнологичных отраслях промышленности.

**Выводы.** Таким образом, можем констатировать тот факт, что Донецкая Народная Республика, даже с учетом ущерба, нанесенного в результате военно-политического конфликта, имеет значительный промышленный потенциал. Его развитие внедрение требует поддержки со стороны государства, инвестиций в инфраструктуру и образование, а также активного участия бизнес-сообщества и общественности, что в развивающихся условиях цифровой экономики приведет к:

увеличению прибыли – цифровизация помогает компаниям оптимизировать процессы и снижать затраты, что в конечном итоге может привести к увеличению прибыли;

развитию новых рынков – цифровые технологии открывают новые возможности для бизнеса, позволяя ему выходить на новые рынки и расширять свою клиентскую базу;

улучшению качества управления – цифровизация позволяет компаниям управлять своими операциями более эффективно, что может привести к улучшению качества управления и снижению издержек;

созданию инновационных продуктов – цифровые технологии стимулируют инновации, что может привести к созданию новых продуктов и услуг, которые могут стать успешными на рынке.

усилению конкуренции - цифровизация делает рынок более прозрачным, что усиливает конкуренцию и заставляет компании постоянно совершенствоваться.

#### Список литературы:

1. Тимко, М. В. Обеспечение развития инновационного предпринимательства в Донецкой Народной Республике в условиях цифровизации. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenierazvitiya-innovatsionnogo-predprinimatelstva-v-donetskoj-narodnoy-respublike-v-usloviyah-tsifrovizatsii/viewer> (дата обращения: 03.04.2024).

2. Щербина, А. Ю. Перспективы развития предпринимательских структур Донецкой Народной Республики на основе инновационно-цифровой составляющей. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-predprinimatelskih-struktur-donetskoj-narodnoy-respubliki-na-osnove-innovatsionno-tsifrovoy-sostavlyayuschej/viewer> (дата обращения: 03.04.2024).

3. Загоруйко Татьяна Николаевна, Дегтярев Сергей Владимирович Цифровизация как тенденция современного развития экономики Донецкой Народной Республики. – Текст: электронный. – URL: [https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fdonampa.ru%2Fimages%2Fadmin\\_pr%2Fnewdoc%2Fkonf\\_5\\_2021\\_1.pdf&cc\\_key=](https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fdonampa.ru%2Fimages%2Fadmin_pr%2Fnewdoc%2Fkonf_5_2021_1.pdf&cc_key=) (дата обращения: 03.04.2024).

4. Роман Головин, проблемы и перспективы донецкого бизнеса. – Текст: электронный. – URL: [https://dzen.ru/a/Y6ajGmIaShVT\\_hh3](https://dzen.ru/a/Y6ajGmIaShVT_hh3) (дата обращения: 03.04.2024).

5. В ДНР открылся центр «Мой бизнес». – Текст: электронный. – <https://мойбизнес.пф/novosti/news/v-dnr-otkrylsya-tsentr-moy-biznes/> (дата обращения: 03.04.2024).

Пузырёв М. И., студент  
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
mpuzurev2003@mail.ru

## ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТНК НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**Актуальность.** В настоящее время остро стоит вопрос о нехватке ресурсов на планете и ухудшении экологической обстановки, что является результатом деятельности наиболее крупных мировых корпораций. Обязательный контроль за состоянием окружающей среды, одобрение законодательных актов о правах человека, обеспечение уплаты всех налогов и ограничение лоббирования со стороны правительства – это лишь некоторые из наиболее актуальных направлений по оценке воздействия корпораций на здоровье потребителя.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучением ТНК как акторов международной арены, создающих ряд экологических проблем, занимается целый ряд русских ученых. Наиболее популярные среди отечественных авторов С.Фокин, С.Батчиков, а также Б.Джагдиш, посвятившие свою научную деятельность написанию работ о роли ТНК в формировании конкурентоспособности стран мира, участию в международных форумах по вопросам ликвидации последствий глобализации за счет деятельности ТНК. Более того, проблемы экологизации производственной сферы международных экономических отношений затронуты в работах В.Вергун, О.Гарбузовой, Э. Гирусова, Т.Губайдуллиной, Д. Львова, Н. Моисеева, А.Суэтина, А.Урсула, и др.

**Цель исследования.** Целью исследования является анализ особенностей влияния воздействия ТНК на состояние окружающей среды, а также выявление, описание и характеристика возможных путей дальнейшей борьбы и нивелирования негативного влияния деятельности ТНК на экологию планеты.

**Результаты исследования.** Проведенный анализ выявил некоторые серьезные и долгосрочные последствия в области здравоохранения, которые ТНК могут оказывать на страны и общество с помощью таких факторов, как усиление загрязнения и разрушение среды обитания, уклонение от уплаты налогов и нарушение прав человека. Поскольку ТНК имеют ограниченную возможность действовать за пределами национальных границ, они часто могут избегать регулирующих структур, наделенных отдельными юрисдикциями.

В ходе исследования было выявлено, что большинство корпораций занимаются «перемещением прибыли», то есть движением полученного дохода через международные маркетинговые центры, которые взимают гораздо более низкие ставки налогообложения, чем в стране базирования. Вклад ТНК в экономическую деятельность и государственные доходы может принести более крупные медицинские и социальные выгоды за счет стимулирования занятости или обеспечение покрытия государственных расходов на социальные детерминанты здоровья. Следовательно, целесообразно ввести ограничения для регулирующих структур, которые управляют добывающими (как наиболее опасными, так и другими видами) ТНК. Такими ограничениями выступают использование добровольных кодексов по экологической безопасности взамен государственному регулированию, а также отсутствие международных соглашений, которые вынуждают ТНК платить налоги по справедливой ставке [2].

Несмотря на то, что современные ТНК демонстрируют ряд позитивных схем развития сообщества, последний уступает негативным последствиям деятельности корпораций, включая выделяемую пыль, шум, плохое техническое обслуживание инфраструктуры городов, а также миграцию населения из-за ведения промышленных работ. Воздействие на окружающую среду включает корпоративное использование ограниченных водных ресурсов, загрязнение близлежащих территорий, разливы урановых отходов, разрушение среды обитания живых объектов и другие системные проблемы, такие как «фрекинг» [2].

На основе оценки влияния деятельности ТНК на здоровье потребителя предлагаются следующие рекомендации, которые могли бы уменьшить негативный эффект воздействия корпораций на окружающую среду:

- разработка четкой государственной политики, руководств и нормативно-правовой базы для управления конфликтами интересов;
- разработка международного соглашения для обеспечения уплаты всех налоговых обязательств в стране получения прибыли;
- ограничение государственного лоббирования;
- введение более строгого экологического контроля за деятельностью ТНК;
- разработка независимого процесса аудита для обеспечения соблюдения ТНК взятых на себя обязательств [5].

Транснациональные корпорации могут оказывать негативное воздействие через отчуждение ресурсов окружающей среды в пользу социального развития. Таким образом, за последние десять лет именно такие субъекты несут ответственность за экологические катастрофы. Наиболее яркими представителями базирования таких ТНК выступают следующие страны: Индия, США и Эквадор. Деятельность ТНК несет ответственность за глобальное потепление, а также выброс парниковых газов. Кроме того, ТНК являются потребителями озоноразрушающих компонентов. Следовательно, деятельность транснациональных корпораций влечет за собой загрязнение земли, воздуха, водно-болотных угодий, воды и океанов, а также вырубку леса [4].

**Выводы.** Подводя итог, можно сделать вывод, что отношения между ТНК и окружающей средой чрезвычайно сложны. Воздействие на окружающую среду ТНК производят с помощью таких факторов, как усиление загрязнения и разрушение среды обитания, уклонение от уплаты налогов и нарушение прав человека. Следовательно, наиболее главным заключением выступает утверждение, что транснациональные корпорации должны воздерживаться от потребления экологических ресурсов и способствовать устойчивому развитию природной среды. На основе оценки влияния деятельности ТНК на здоровье потребителя были выдвинуты такие рекомендации как разработка руководств и нормативно-правовой базы для управления конфликтами интересов, введение более строгого экологического контроля за деятельностью ТНК и т.д.

#### Список литературы:

1. Основные показатели охраны окружающей среды: статистический бюллетень / Федеральная служба государственной статистики. – М.: АНО ИИЦ «Статистика России». – Текст: электронный. – URL: <http://www.gks.ru>. (дата обращения: 06.03.2024).
2. Корпорации, которые правят миром. – Текст: электронный. – URL: <http://rb.ru/article/korporatsii-kotorye-pravyat-mirom/6756067.html> (дата обращения 06.03.2024).
3. BP Sustainability Report / BP p.l.c. 3 London. – Текст: электронный. – URL: <http://www.bp.com/downloadlisting.do?category3=666&contentId=2004066> (дата обращения: 06.03.2024).

4. Total S.A. Corporate Social Responsibility Report / Total S.A. 3 Paris. – Текст: электронный. – URL: [http://www.total.com/en/group/corporate\\_social\\_responsibility](http://www.total.com/en/group/corporate_social_responsibility) (дата обращения: 06.03.2024).

5. Rennings K. Steps towards indicators of sustainable development: linking economic and ecological concepts / K. Rennings, H. Woggering // *Ecological Economics*. – 1997. – Vol. 20. – №1. – P. 25-36.

Салимова Р. Р., Муртазина А. А.

Научный руководитель: Киселёва О. В.

Альметьевский государственный технологический университет, РФ

*murtazina\_18@mail.ru*

### АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

В современном мире развитие экономической системы любого государства тесно взаимосвязано с результативной деятельностью предприятий малого и среднего предпринимательства, деятельность которых, в свою очередь, воздействует на создание здоровой конкурентной среды в стране, тем самым мотивируя экономически активное население к более эффективному использованию своего запаса знаний, трудового опыта и квалификации [1]. Для стран с высоким уровнем экономического развития свойственна популяризация МСП, как основы обеспечения экономической устойчивости страны. Основными показателями эффективности развития сектора МСП являются: доля МСП в ВВП страны; количество предприятий в МСП страны; доля населения, занятого в секторе МСП [2]. В ведущих странах мировой экономики в сфере МСП на 2022 год занято более 60% трудоспособного населения, обеспеченность новых рабочих мест составляет до 80%. Так, доля МСП в общей занятости в некоторых странах на 2022 год составляет: в США – 48,8%, в Великобритании – 60,7, в России – 26%, в Японии – 68,8%, в Германии – 54,4%, в Европейском Союзе – 64% [3].

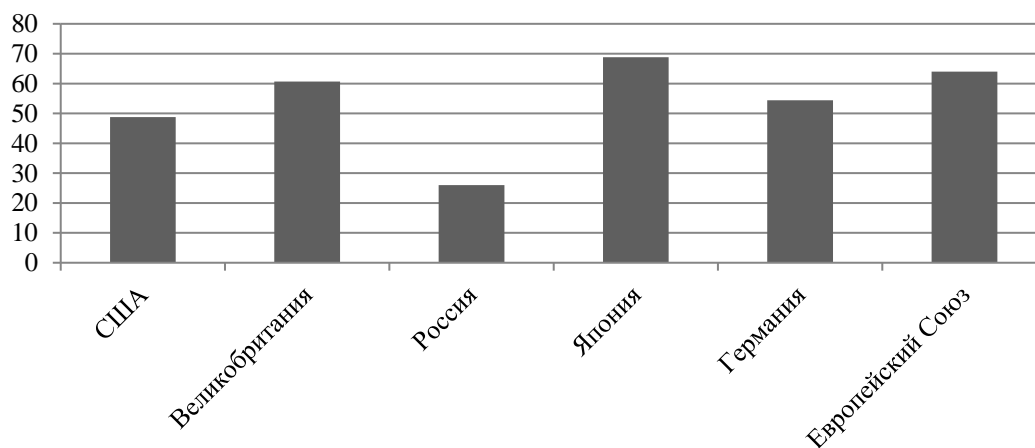
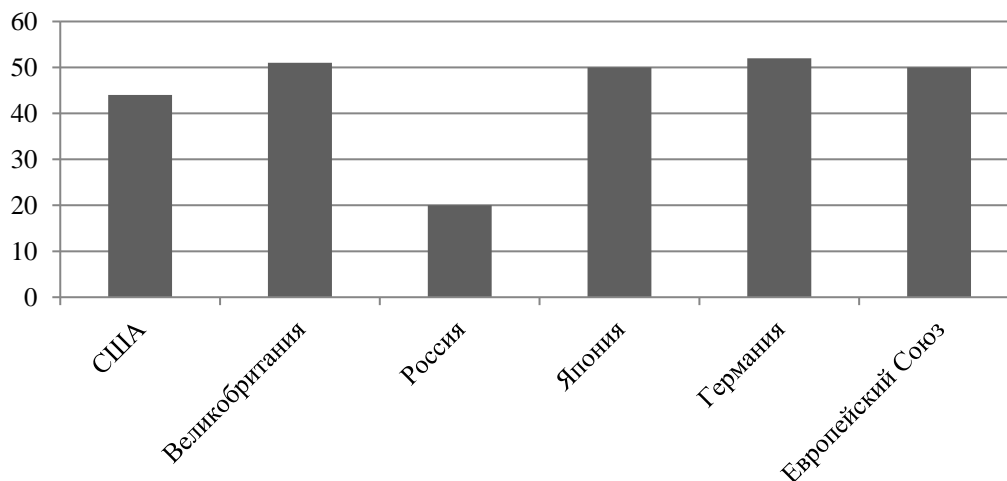


Рис. 1. Доля МСП в общей занятости в некоторых странах на 2022 год, %<sup>1</sup>

Доля МСП в экономиках развитых странах превышает 50%. Например, в Евросоюзе доля МСП на 2022 год в ВВП страны в среднем составляет 50%, в США около 44%, в Японии – 50%. В России этот показатель находится на отметке 20%.



1

Рис. 2. Доля МСП в ВВП в некоторых странах на 2022 год, %<sup>1</sup>

Мировой опыт показывает, что устойчивая положительная динамика показателей деятельности МСП невозможна без поддержки со стороны государства. Государство может способствовать формированию среды для развития МСП в форме действенной помощи. Так, например, количество предприятий, функционирующих в секторе МСП по ряду стран следующее: в США – 33,4 млн.ед., в Великобритании – 5,5 млн ед, в России – 6,2 млн ед., в Японии – 3,6 млн ед, в Германии – 2,6 млн ед., в Европейском Союзе – 22,8 млн ед.

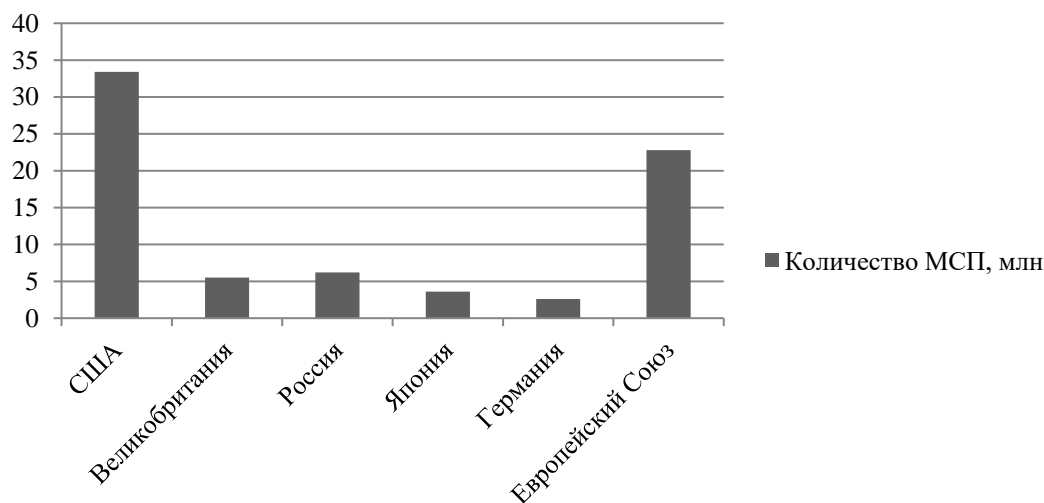


Рис. 3. Количество МСП в некоторых странах на 2022 год, млн ед.<sup>1</sup>

Большинство исследователей, изучая зарубежный опыт государственной поддержки МСП, выделяют США, как признанного лидера в развитии малого бизнеса, его доля в ВВП страны достигает 53% вследствие функционирования около 33,4 миллионов предприятий МСП.

<sup>1</sup> <https://economics.cifra.science/archive/2-2-2023-august/10.23670/ECNMS.2023.2.6/table/YCF3khqjCbjqYMS2cW8ct> Основные показатели малого и среднего бизнеса. Дата публикации: 2023 год

<https://fingeniy.com/vvp-stran-mira-2022-rejting-i-dolya-stran-v-mirovom-vvp/> ВВП стран мира - 2022. Рейтинг и доля стран в мировом ВВП. Дата публикации 07.01.2023 год

Также одной из самых развитых экономик мира является Япония, в том числе и благодаря ориентации на развитие МСП.

Государственная поддержка МСП абсолютно во всех префектурах нацелена на побуждение к самостоятельной занятости населения, на поддержку и сохранение рабочих мест, на развитие человеческого капитала [4].

Анализ опыта реформирования экономики передовых стран показывает, что основным аспектом ее качественного изменения являлась поддержка и стимулирование внешнеэкономической деятельности предприятий.

Многие страны пришли к выводу, что малый бизнес играет важную роль в экономике. Политика поддержки малых предприятий должна быть нацелена на реальные потребности и нужды рынка. Необходимо предоставлять помощь не только начинающим предпринимателям, но и создавать условия для развития малых и средних компаний, которые могут стать фокусом экономического развития страны. Существует множество примеров успешной политики поддержки малого бизнеса в разных странах. Например, в Японии была создана программа "Создание новых предприятий", которая предоставляла финансовую и консультационную помощь молодым предпринимателям. В США была создана программа Small Business Administration, которая дает малым компаниям доступ к кредитам и помогает им получить контракты с правительством. В России также существует множество программ поддержки малого бизнеса. Например, существует программа «Молодые профессионалы», которая предоставляет гранты и консультации начинающим предпринимателям. Существует программа "Малый бизнес", которая предоставляет налоговые льготы и финансовую поддержку малым предприятиям. В целом, поддержка малого бизнеса является важным элементом экономического развития страны. Правильная политика поддержки малых компаний может стимулировать экономический рост, создание новых рабочих мест и развитие инноваций.

#### Список литературы:

1. Смирнова, И.Ю. Теоретические подходы к трактовке малого бизнеса и малого предпринимательства / И.Ю. Смирнова. – Текст: электронный // Экономика строительства и природопользования. – 2019. – №2 (63). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-podhody-k-traktovke-malogo-biznesa-i-malogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 05.04.2024).
2. Малый и средний бизнес как фактор экономического роста России. – Текст: электронный // Ин-т экон. политики им. Е.Т. Гайдара. М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. – С. 308. – URL: <https://studylib.ru/doc/2203206/institut-e-konomicheskoy-politiki-imeni-e.t.-gajdara> (дата обращения: 05.04.2024).
3. Бизнес-статистика // Парламент Великобритании. – URL: <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN06152/SN06152.pdf>.
4. Erokhina, Ye.V. The new formation of states and the problem of recognition of their status: historical retrospective. Bulletin of the Council of Young Scientists and Specialists of the Chelyabinsk Region, 2018, no. 4 (15), pp. 93-97. (in Russian). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27722523>.

Третьяков М. П., студент  
Научный руководитель: Некрасова О. Л., д-р экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
ideal.standart@mail.ru

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВТОДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В КАЧЕСТВЕ ВАЖНОГО СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Актуальность темы исследования.** Сегодня транспортная система Донбасса – ключевое звено экономической и военной безопасности России в условиях обостряющегося противостояния и роста рисков жёсткого противодействия со стороны стран запада, создающих препятствия для поступательного движения Российской Федерации к динамичному росту и процветанию во всех сферах жизни нашего общества.

Донбасс, а в перспективе вся Новороссия становятся полосой безопасности за счёт смещения на запад зоны конфликта на Украине от транспортного коридора Москва – Ростов-на-Дону – Новороссийск – Крым.

Первоначально, необходимо отметить ту особенность, которая сложилась на Донбассе. Административный центр – Донецк не является транзитным узлом в отличии центров всех соседних регионов (Воронеж, Ростов, Краснодар, Симферополь, Херсон, Днепропетровск, Харьков).

Все транспортные коридоры проходят по периферии ДНР, но их безопасность и техническое обеспечение неразрывно связано с регионом (рис. 1):

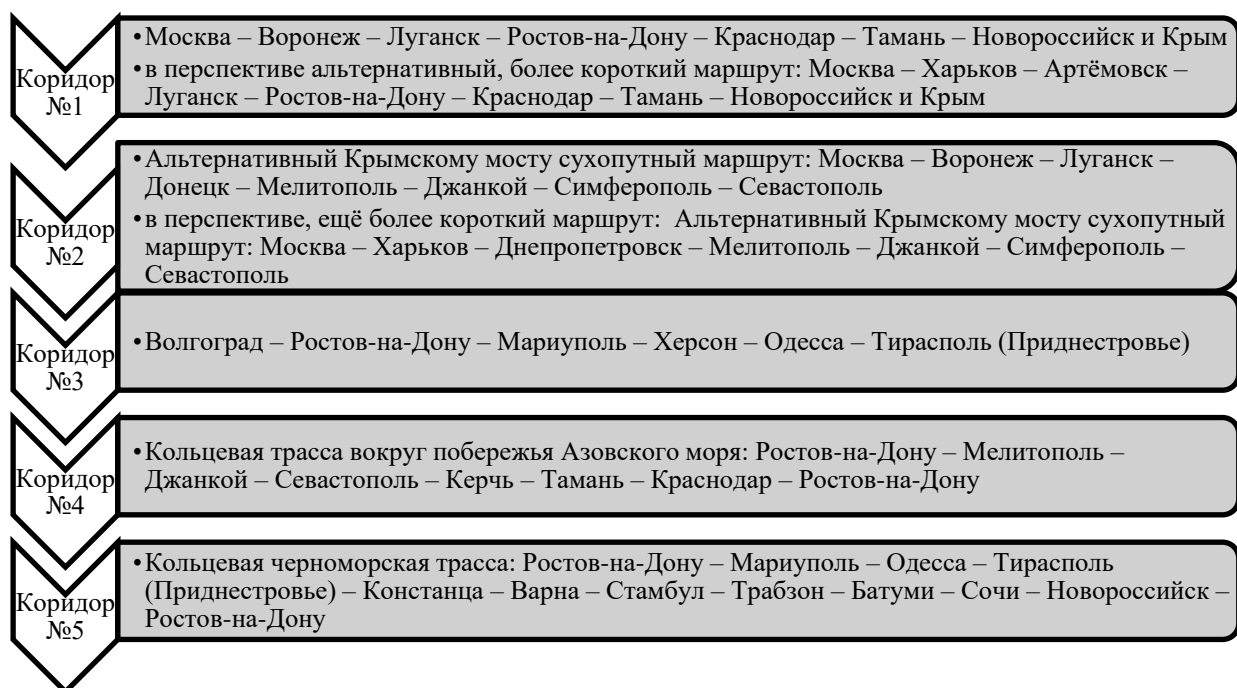


Рис. 1. Перспективные транспортные коридоры, безопасность и техническое обеспечение которых связано с ДНР

Перед нами стоит задача по дифференциации потоков путём создания альтернативных маршрутов для дублирования действующих дорог и значительного сокращения расстояния между конечными пунктами и соответственно времени в пути – решение глобальных задач России и локальных транспортных проблем ДНР.



В новых субъектах России создаётся транспортно-логистический каркас, который придаст там импульс развитию социально-экономического потенциала и будет способствовать повышению уровня жизни граждан до среднероссийского.

В рамках выбранной концепции, в 2024 году будет замкнута сеть автомобильных дорог вокруг побережья Азовского моря. Об этом заявил заместитель председателя Правительства Российской Федерации Марат Хуснуллин [1].

Помимо отдельно дублирующей функции, дорожная сеть Донбасса поможет включить во внутри российский хозяйственный комплекс промышленный и портовый потенциал всех новых регионов страны.

Мощность перевалки портов Мариуполя и Бердянска уже увеличена, идёт процесс восстановления их инфраструктуры и комплексов железнодорожных путей, для чего необходим решительный рост пропускной способности автодорожной сети, обеспечивающей поставку всего необходимого. На очереди подключение экономических кластеров Севера Донбасса, Запорожья, Слобожанщины, Северного Причерноморья и Приднестровья. Кроме того, в общую копилку нашего развития значительный прирост даст и сельское хозяйство освобождённых территорий юга Донецкой Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей, которые славятся зерновыми культурами, ранними овощами и особенно фруктами (черешня, вишня, клубника, абрикосы, персики). Всю эту продукцию необходимо оперативно доставить к людям в северную часть страны (относительно удалённую от нашего региона), где в подобных товарах существует реальная потребность.

Как наглядный пример можно отметить экономию времени и затрат при перемещении между двумя пунктами при сравнении вариантов движения до и после возврата в Россию наших территорий. Экономические преимущества, которые видны уже на нынешнем этапе, наиболее контрастно можно заметить на примере пути из Донецка в Севастополь.

Маршрут до 2022 года: Донецк – Ростов – Краснодар – Тамань – Керчь – Симферополь – Севастополь. В 2023 году: Донецк – Мелитополь – Джанкой – Симферополь – Севастополь.

Сравнение выглядит следующим образом: для автомобиля с коробкой автомат (при расходе 10л/100 км при стоимости 52руб./1л 95 бензина) (табл. 1).

Таблица 1

Сравнение «старого» и «нового» маршрутов (составлено автором)

	Маршрут до 2022 года	Маршрут в 2023 году
Путь	Донецк – Ростов – Краснодар – Тамань – Керчь – Симферополь – Севастополь	Донецк – Мелитополь – Джанкой – Симферополь – Севастополь
Измерение в км и руб.	Расстояние = 1100 км = 5720 руб.	Расстояние = 620 км = 3220 руб.
Преимущества	–	1) Экономия средств (без учёта амортизации автомобиля), только на бензине – 2500 руб. (40%); 2) Экономия времени (при средней скорости 80км/час): 12,5 – 7,5 = 5 (часов)

Данный маршрут (направление) существует, но требует значительной модернизации, а где-то прокладки новых дорожных путей, поэтому необходимо иметь представление о том, каковы для реализации проекта по данному направлению должны быть затраты. Также необходимо учитывать, что после вхождения состав России, в Крыму была проведена модернизация значительной части автодорожной сети, поэтому будет рассмотрен по затратам на улучшение участок дороги проходящий

из Донецка до Симферополя. Дальнейшая дорога до Севастополя включает в себя часть трассы «Таврида», которая на данный момент не требует модернизации (табл. 2).

Таблица 2

Затраты инвестиционного проекта «Строительство автомобильной дороги Донецк – Севастополь на участке Донецк – Симферополь» (составлено автором)

Наименование статьи затрат	Стоимость, млн. руб., с учётом налога на добавлен. стоимость	Доля в стоимости строительства, процентов
Строительно-монтажные работы, в том числе услуги авторского надзора	294 240, 00	91, 95
Проектно-изыскательские работы	4 160, 00	1, 30
Соглашения о компенсации потерь	7 360, 00	2, 30
Подготовка территории, переустройство инженерных сетей, выкуп земельных участков для строительства автомобильной дороги «Строительство скоростной автомобильной дороги Донецк-Симферополь до Севастополя»	7 040, 00	2, 20
Строительный контроль и авторский надзор	1 860, 00	0, 58
Сумма компенсаций за вырубку зелёных насаждений	860, 00	0, 27
Изъятие земельных участков	1 440, 00	0, 45
Подготовка проекта планировки территории и проекта межевания территории	800, 00	0, 25
Прочее	2 240, 00	0, 70
<b>Итого</b>	<b>320 000, 00</b>	<b>100</b>

Сумма затрат по источникам финансирования на реализацию проекта автомобильной дороги Донецк – Севастополь должна составить:

1. Бюджетные ассигнования федерального бюджета 240 000,00 млн. руб. (субсидии, предоставляемые из федерального бюджета).

2. Средства Фонда национального благосостояния 80 000,00 млн. руб. (размещение облигаций Государственной компании «Российские автомобильные дороги»).

Итоговая сумма составит 320 000,00 млн. руб.

Годы строительства 2024 – 2026 годы.

При решении текущих задач для хозяйства региона только по грузоперевозкам при таком напряжённом трафике ежегодно будет выливаться в многомиллиардную экономию средств (топливо, амортизация, заработная плата водителей и др.) и как следствие в повышение конкурентоспособности экономики за счёт снижения затрат.

**Выводы.** Таким образом, принимая во внимание базовые показатели четырёх новых регионов в составе бывшей Украины (преимущественно как её регионов-доноров), можно утверждать, что общий экономический эффект от вхождения их состав Российской Федерации (поскольку они в самые короткие сроки после окончания СВО перестанут быть дотационными) в обозримом будущем будет положительным. Новые регионы начнут приносить доход в общий бюджет государства. И это не считая пользы для страны с точки зрения демографии и других составляющих.

Однако в краткосрочной перспективе, после замедления роста экономики России на фоне СВО и санкций Запада, именно синергетический эффект от использования в общей сети страны транспортной инфраструктуры нового региона (особенно при её быстрой реанимации и обновления) внесёт значительный вклад в процесс восстановления положительной динамики и выводе её на устойчивый рост.

#### **Список литературы:**

1. Хуснуллин: Азовское море будет полностью взято в автомобильное кольцо до конца 2024 года. – Текст: электронный // Информационное агентство ТАСС: [сайт]. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/17299915?ysclid=Iqjucdz7ib166548373> (дата обращения: 25.02.2023).

Усатюк А. Ю., студент  
Научный руководитель: Костина Т. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
albina.usatyuk@bk.ru

## **ФИНАНСОВОЕ ОЗДОРОВЛЕНИЕ: СУЩНОСТЬ, ИНСТРУМЕНТЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ**

**Актуальность.** Компания нуждается в финансовом оздоровлении, когда утрачивает стабильность и находится на стадии банкротства или реструктуризации. Таким образом, возникает необходимость в поиске эффективных мер по восстановлению ликвидности компании, улучшению текущего состояния и выводу на качественно и количественно новый уровень.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Анализ проблем, связанных с проблемой поиска инструментов по финансовому оздоровлению деятельности компании, посвящены труды таких зарубежных ученых как П. Фридман, Дж. Стайнер. Среди отечественных ученых этими проблемами занимаются В.Г. Артеменко, А.Д.Шеремет, Ж.А. Морозова, В.Ю. Катасонов.

**Цель исследования** – анализ инструментария финансового оздоровления компании и его влияние на деятельность компании.

**Результаты исследования.** Результатом исследования является формирование матрицы инструментария финансового оздоровления компании, в которой будут сгруппированы все методы и подходы по улучшению состояния компании.

Финансовое оздоровление – это добровольная или принудительная процедура, которая осуществляется на уровне организации [1].

Целью финансового оздоровления является восполнение недостатка ресурсов, платежеспособности компании, сохранение высокого качества производимых товаров и услуг, погашения займов и кредитов.

В процесс стратегического планирования предприятия важно включать финансовое планирование и меры по его оптимизации. Освоение новых рынков невозможно без достаточного количества капитала в процессе формирования долгосрочных планов по маркетингу. И если есть проблема с отсутствием нужного количества капитала для реализации стратегических целей и задач, появляется необходимость в финансовом оздоровлении компании [2].

Для успешного финансового оздоровления необходимо выполнение следующих условий [3]:

- наличие желания учредителей восстановить предпринимательскую деятельность предприятия;

- компетентность руководства предприятия при принятии решений;

- достаточный уровень квалификации сотрудников предприятия.

Локальные мероприятия финансового оздоровления в основном направлены на обеспечение устойчивого финансового положения компании (стабильное поступление выручки от реализации, повышение рентабельности продукции). Комплексный инструментарий, приведенный на рисунке 1, отражает суть антикризисного менеджмента, проводимого компанией [4].

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ КОМПАНИИ							
1.1. СНИЖЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ							
БЛОК 1. ИНСТРУМЕНТЫ АНТИКРИЗИСНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	Уменьшение накладных расходов за счет упрощения структуры управления	Улучшение работы службы снабжения предприятия, максимально возможно сокращение посредничества чешских структур	Усиление контроля за качеством оказываемых услуг, устранение их повторного оказания	Сдача в аренду неиспользуемых площадей и основных средств	Оптимизация налогообложения	Выбор оптимальной учетной политики предприятия	Минимизация затрат на коммунальные услуги
	Приведение в соответствие профессионально-качественного уровня инновационным процессам предприятия	Управление производительностью труда	Планирование и маркетинг персонала, управление наймом и учетом персонала	Управление трудовыми отношениями, развитием персонала, обеспечение нормальных условий труда	Управление мотивацией поведения персонала		
1.2. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ							
Создание комплекса бизнес-единиц на основе разделения, соединения, ликвидации действующих компаний							
1.3. РЕОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ СТРУКТУР							
2.1. ПОИСК НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ ИЛИ ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УЖЕ ВЫПУСКАЕМОЙ.							
БЛОК 2. ВЕЩЕЧНЫЕ УСТОЙЧИВОЙ РЕАЛИЗАЦИИ И УСКОРЕНИЯ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ	Развитие службы маркетинга на предприятии	Определение преимуществ и недостатков, как своих, так и конкурентов	Своевременное выявление имеющихся изменений на рынке, поиск путей реагирования на влияние внешних факторов	Анализ внутренней информации о заказах, продажах, актуальности продукции, возврате продукции, емкости рынка	Изучение потребностей покупателей, работа с внешними источниками информации		
	2.2. ВЗЫСКАНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ						
Увеличение доли предоплаты за реализуемую продукцию			Активизация работы юридической службы по взысканию просроченной части задолженности				
2.3. СМЕНА ИЗНОШЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ ИЛИ ЗАМЕНА АКТИВОВ ПОД НОВУЮ ПРОДУКЦИЮ							
включает в себя мероприятия по приобретению более универсального оборудования, которое позволит компании при необходимости диверсифицироваться							
2.4. ВЫБОР ПРАВИЛЬНОЙ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ							
Налаживание прямых связей с потребителями продукции и максимальное сокращение посреднических услуг			Открытие собственных магазинов		Использование в процессе реализации продукции информации про наиболее приятные для реализации регионы		

Рис. 1. Инструментарий финансового оздоровления компании

Данные управленческие мероприятия из блока 1 позволяют выявить ту продукцию, которая пользуется спросом на рынке, также заблаговременно заметить снижение цен или увеличение спроса на данную продукцию, и на основании этой информации скорректировать свою производственную программу. Также можно своевременно выяснить причины изменения спроса и произвести соответствующие изменения в выпускаемой продукции или перейти, если необходимо, на выпуск новой продукции [5].

Это приводит к снижению запасов готовой продукции на складе, ускорению оборачиваемости оборотных средств компании и вместе с увеличением выручки от реализации к улучшению его финансового состояния.

Применение инструментов из блока 2 позволит компании повысить долю денежных средств, ускорить оборачиваемость оборотных средств предприятия, значительно снизит себестоимость продукции, что непременно скажется на его финансовом состоянии [6].

**Выводы.** Таким образом, в современных условиях функционирования рыночной экономики, невозможно успешно управлять предприятием, без эффективного финансового анализа его деятельности и своевременного применения мер финансового оздоровления. Профессионально разработанный и периодически актуализируемый прогноз – неотъемлемая составляющая процесса выработки и принятия важных управленческих решений, и как следствие увеличение объема прибыли, получаемой предприятием.

#### Список литературы:

1. Финансовое оздоровление и перспективы развития и направления совершенствования финансового прогнозирования в России. – Текст: электронный. – URL: <https://www.referat911.ru/Finansy/perspektivy-razvitiya-i-napravleniya-sovershenstvovaniya/534633-3258016-place4.html> (дата обращения: 18.03.24).
2. Перспективы развития финансового прогнозирования на современном этапе. – Текст: электронный. – URL: [https://studwood.net/1447693/finansy/perspektivy\\_razvitiya\\_finansovogo\\_planirovaniya\\_sovremennom\\_etape](https://studwood.net/1447693/finansy/perspektivy_razvitiya_finansovogo_planirovaniya_sovremennom_etape) (дата обращения 19.03.24).
3. Значение финансового планирования. – Текст: электронный. – URL: [https://otherreferats.allbest.ru/finance/00237304\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/finance/00237304_0.html) (дата обращения 19.03.24).
4. Мероприятия по улучшению финансового состояния корпорации. – Текст: электронный. – URL: <https://beintrend.ru/2011-07-21-18-25-06> (дата обращения 21.03.24).
5. Проблемы финансового прогнозирования на макро- и микроэкономическом уровнях. – Текст: электронный. – URL: <https://www.stud24.ru/finance/osobennosti-finansovogo-prognozirovaniya-na-makro/84020-259863-page4.html> (дата обращения 22.03.24).
6. Пути решения проблем финансового прогнозирования и его совершенствование. – Текст: электронный. – URL: [https://studbooks.net/1699057/finansy/sovershenstvovanie\\_sistemy\\_finansovogo\\_proгноza](https://studbooks.net/1699057/finansy/sovershenstvovanie_sistemy_finansovogo_proгноza) (дата обращения 22.03.24).

Цирпель Е. П., студент  
Научный руководитель: Воробьева Ю. С.  
Донецкий государственный университет, РФ  
liza0420@bk.ru

## ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ О ПРОБЛЕМЕ СОРТИРОВКИ И ПЕРЕРАБОТКИ МУСОРА

**Актуальность.** Сортировка мусора является необходимой практикой для сохранения окружающей среды, уменьшения негативного воздействия на здоровье и климат, эффективного использования ресурсов и развития устойчивой экономики. Важно осознавать свою роль в этом процессе и активно участвовать в сортировке мусора для благополучия планеты и будущих поколений.

Система раздельного сбора мусора на данный момент не организована на достаточном и должном уровне в Донецкой Народной Республике. Как показало исследование, основные результаты которого представлены ниже, только 20% опрошенных граждан региона имеют контейнеры для сортировки отходов в районах их проживания. При этом в целях внедрения такой системы одним из ключевых факторов успешности реализуемых мероприятий является готовность граждан участвовать в реализации этого направления, т.к. во многих аспектах жизнедеятельности важное значение играет менталитет.

**Цель исследования:** выявить уровень осведомленности населения Донецкой Народной Республики о проблемах, связанных с повторной переработкой мусора и их готовности к переходу на систему раздельного сбора мусора.

**Результаты исследования.** На законодательном уровне организация обращения с отходами в Донецкой Народной Республике регламентировалась Законом ДНР «От отходах производства и потребления» от № 82-ІНС от 09.10.2015, Приказом Государственного комитета по экологической политике и природным ресурсам при Главе Донецкой Народной Республики № 471 от 19.08.2021г. «Об утверждении Порядка сбора и удаления бытовых отходов, создания специально отведенных мест или объектов их размещения, а также организации раздельного сбора полезных компонентов этих отходов», при этом последний не исключал и раздельного сбора ТБО. При этом, организация и внедрение осуществлялось на усмотрение органов местного самоуправления.

В соответствии с Федеральным законом от 24.06.1998 «Об отходах производства и потребления» (с изменениями и дополнениями), направления государственной политики в области обращения с отходами являются приоритетными в следующей последовательности: максимальное использование исходных сырья и материалов; предотвращение образования отходов; сокращение образования отходов и снижение класса опасности отходов в источниках их образования; обработка отходов; максимальная утилизация отходов, в том числе утилизация отходов от использования товаров [1].

В настоящее время Российский экологический оператор проводит процедуры с целью закрепления на законодательном уровне цветов баков для сортировки отходов, в зависимости от типа отходов. Для двухпоточной системы предлагается устанавливать баки синего цвета для вторсырья и серого цвета для смешанных отходов. Если же на площадке будут собирать несколько видов отходов отдельно, то все баки будут разных цветов: оранжевый – для пластика, зеленый – для стекла, синий – для макулатуры, коричневый – для органики, серый – для несортируемых отходов, определяет общие

подходы к организации раздельного накопления ТКО, устанавливает запрет на смешивание раздельно накопленных ТКО при погрузке в мусоровоз. Проблема заключается в том, что если люди скидывают все отходы в один бак, то органика пачкает, например, текстиль и картон [2].

В соответствии с распоряжением Правительства ДНР от 25.12.2023 г. №113-Р7 «О некоторых вопросах организации деятельности по обращению с твердыми коммунальными отходами на территории Донецкой Народной Республики», [3] статус регионального оператора по обращению с твердыми коммунальными отходами на территории Донецкой Народной Республики присвоен ГОСУДАРСТВЕННОМУ УНИТАРНОМУ ПРЕДПРИЯТИЮ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ «ДОНСНАБКОМПЛЕКТ». Указанным постановлением «Донбаскомплекту» вменено приступить к выполнению предусмотренных Федеральным законом от 24 июня 1998 года № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления», обязанностей регионального оператора с 1 июля 2024 год.

Таким образом все изменения в федеральном законодательстве об отходах затронут и жителей Донецкой Народной Республики.

Для определения уровня осведомленности населения Донецкой Народной Республики о проблемах, связанных с повторной переработкой мусора, было проведено анкетирование случайных граждан. Выборка составила 121 человек разного половозрастного состава. 24,8% опрошенных находилось в возрастной группе 41-50 лет, 24% – 19-30 лет, 19% – до 18 лет, 13,2% – 51-60 лет, 9,9% – 31-40 лет, оставшиеся 9,1% – 61 и старше. 59,5% опрошенных имеют высшее образование, 19,8% имеют неполное высшее образование, 14% – общее среднее образование и оставшиеся 6,6% имеют среднее специальное образование.

Вопросы анкетирования были разделены на два блока:

- 1) осведомленность населения о важности процесса раздельного сбора мусора в целях дальнейшей его переработки (рис. 1);
- 2) готовность населения сортировать и разделять мусор (рис. 2).



Рис. 1. Данные анкетирования об общих знаниях населения Донецкой Народной Республики о сортировке мусора

Из рисунка 1а) видно, что население ДНР имеет высокую осведомленность о проблеме переработки мусора (97 % опрошенных, из них 42% - молодежь, 55% - люди в зрелом возрасте), 88% опрошенных знает о негативных последствиях неправильной утилизации опасных отходов (из них 36% - молодежь ). При этом 81% положительно относится к процессам, связанным с внедрением системы раздельного сбора, осознавая важность данного мероприятия.

Рисунок 1в) показывает, что 84% опрошенных не выбрасывают батарейки и энергосберегающие лампы в специализированные контейнеры. Этому может быть несколько причин:

1) нехватка инфраструктуры: в нашем регионе очень малое количество такой инфраструктуры для сбора батареек и ламп.

2) отсутствие контейнеров: не везде есть специализированные контейнеры для переработки батареек. Люди могут не хотеть тратить время и усилия на поиск таких контейнеров и предпочитают просто выбросить отходы в обычный мусор.

3) неудобство: некоторым людям может показаться неудобным относить старые батарейки или лампы в специальные контейнеры из-за дополнительных шагов, которые им нужно предпринять. Это может стать причиной для неверного выброса отходов.

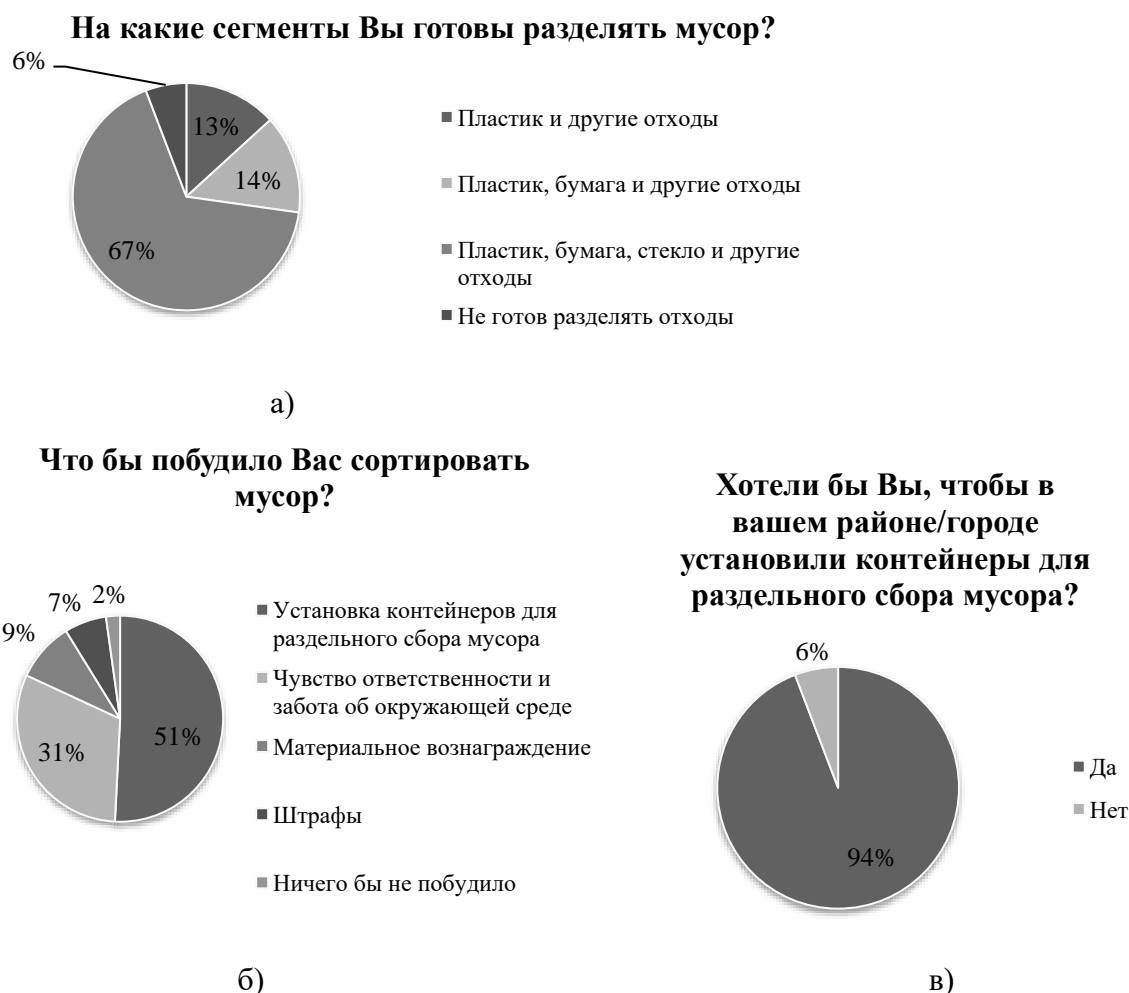


Рис. 2. Данные анкетирования о готовности населения Донецкой Народной Республики к сортировке мусора

Второй блок вопросов исследования в целом показал высокую степень готовности населения ДНР к сортировке и переработке отходов. Как видно из рисунка 2в), 94%



опрошенного населения хотела бы, чтобы в их городе или районе установили контейнеры для раздельного сбора мусора. Рисунок 2а) демонстрирует, что из тех, кто хотел бы разделять мусор - 67% готовы делить на 4 сегмента: пластик, бумагу, стекло и другие органические отходы. Остальные 14% готовы разделять мусор на 3 сегмента: пластик, бумагу и другие отходы. Оставшиеся 13% готовы разделять мусор только на 2 сегмента, а именно пластик и другие отходы. Такие данные свидетельствуют о том, что большая часть населения готова сортировать мусор и давать ему вторую жизнь, при чем не только пластику, но и бумаге со стеклом.

Также в рамках исследования устанавливались факторы, которые побудили бы население Донецкой Народной Республики к сортировке мусора. По этому вопросу получены следующие данные: 51% населения побудила бы установка контейнеров для раздельного сбора мусора; 31% может побудить их чувство ответственности и заботы об окружающей среде.

**Выводы.** Исследование показало высокий уровень осведомлённости населения ДНР о значении процессов обработки отходов через сортировку, однако, эта осведомлённость характеризуется отсутствием достаточной информированности об особенностях обращения с отдельными видами отходов. При этом большинство опрошенных выразили готовность участвовать в раздельном сборе мусора. Это говорит о потенциальной возможности успешной реализации такой практики при условии проведения соответствующих мероприятий по просвещению населения. При этом, на данный момент главным препятствием реализации практики сортировки мусора населения является отсутствие организованной системы и механизма такой сортировки, а, главное, дальнейшей переработки, со стороны государства.

Разработка такого механизма является перспективой дальнейших исследований по данной теме.

#### Список литературы:

1. Об отходах производства и потребления: Федеральный закон от 24 июня 1998 года N 89-ФЗ. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19109/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109/) (дата обращения: 08.04.2024).
2. Минприроды: цвет мусорных баков определяют законом. – Текст: электронный. – URL: [https://www.profiz.ru/eco/blog/post\\_13328/](https://www.profiz.ru/eco/blog/post_13328/) (дата обращения: 08.04.2024).
3. О некоторых вопросах организации деятельности по обращению с твердыми коммунальными отходами на территории Донецкой Народной Республики: Распоряжение от 25 декабря 2023 г. № 113-Р7. – Текст: электронный. – URL: <http://npa.dnronline.su/2024-01-12/rasporyazhenie-pravitelstva-dnr-113-r7-ot-25-12-2023-g-o-nekotoryh-voprosah-organizatsii-deyatelnosti-po-obrashheniyu-s-tverdymi-kommunalnymi-othodami-na-territorii-donetskoj-narodnoj-respubliki.html>.

Секция «Маркетинг и логистика: теория и практика»

<sup>1</sup>Або Мрига Мохамед Абдуллах Ахмед, аспирант,  
*abomriga@mail.ru*

<sup>2</sup>Медянцева Т. А., студент,  
*Ttan-3@yandex.ru*

<sup>2</sup>Долганова А.С.,  
*dolganovaa272@gmail.com*

<sup>2</sup>Карно Д. М., студент,  
*korjjev@mail.ru*

Научный руководитель: <sup>2</sup>Малышева О. В., канд. экон. наук., доцент

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

**ГЕОЭКОНОМИЧЕСКОЕ, ГЕОЛОГИСТИЧЕСКОЕ И ГЕОСТРАТЕГИЧЕСКОЕ  
ЗНАЧЕНИЕ ГАЗОПРОВОДОВ НА МИРОВОМ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ РЫНКЕ**

Председатель конституционного суда России Валерий Зорькин 5 ноября 2023 года назвал правовым нигилизмом отказ Европы расследовать взрывы на газопроводе «Северный поток». Зато расследование поврежденного 8 октября 2023 года газопровода «Балтиконнектор», который связывает газовые сети Финляндии и Эстонии, идет полным ходом. Главный подозреваемый Россия, НАТО уже усилило патрулирование Балтийского моря. Было увеличено количество разведывательных и наблюдательных полётов, и привлечена флотилия из 4 тральщиков. В Хельсинки предположили, что подрыв газопровода – это месть России за вступление Финляндии в НАТО. В Литве усилили охрану стратегических объектов. Между тем независимые журналисты, чаще находят доказательства того, что Россия не имеет к этому происшествию никакого отношения. Так, 19 октября 2023 года появилась информация, что в момент повреждение, Балтиконнектор, над ним находился иностранный контейнеровоз, якорь которого и мог навредить газопроводу.

Немецкий журналист Йенс Бергер нашёл факты, которые доказывают, что диверсию на эстонско-финском газопроводе, совершили США. «Свалив всю вину на Россию, американцы могут в разы поднимать цены на сжиженный газ, которые они поставляют в Европу», – делает выводы Бергер, а ведь именно Штаты уже давно используют диверсии на в газопроводах, как средство борьбы с конкурентами. Лето 1982 года Сибирь, взрыв на газопроводе Уренгой-Сургут-Челябинск. Он произошёл в период президентства Рональда Рейгана. Того самого Рейгана, который назвал советский союз «империя зла». Это катастрофа, по словам бывшего директора национальной разведывательного управления США Томаса Рида, и американского политического консультанта - Питера Швайзера, стала стал крупнейшей диверсией ЦРУ на территории СССР. И привела к новому ветку холодной войны, об этом они написали в своей совместной книге. Факт причастности к этой диверсии американцы не только не скрывали, но всячески афишировали. Писать о произошедшем западная пресса начала сразу после катастрофы.

Цитата: «В январе 1982 года президент Рональд Рейган одобрил план ЦРУ по воздействию на экономику советского союза. И через несколько месяцев произошёл огромный взрыв на сибирском газопроводе».

Международная ситуация тогда была не менее сложной чем сегодня. Отношения между Москвой и Вашингтоном напряжены до предела. Между тем Германия,

Франция, Италия, Австрия и другие западноевропейские страны активно покупали советский газ и даже совместно с союзом, строили газопроводы в Европу. Вашингтон, чтобы не допустить развитие этого сотрудничества, по данным бывшего директора национально расследовательного управления США Томаса Рида, начал поставлять в СССР некачественные автоматизированные системы управления. В частности, насосы, турбины и другие ключевые элементы перекачки газа.

Но дело в том, что СССР строил этот трубопровод с учётом западных технологий. Прежде всего речь идет о программном обеспечении. Американцы поставили неисправные чипы и собственно, в определённый момент один из этих чипов сработал не так, как нужно. Он прикрыл один из клапанов, после этого в газопроводе стало резко расти давление, что и привело к масштабному взрыву [1-2]. Это не единственный случай, когда разведки западных спецслужб вмешивались в то, что является непосредственно-экономическим элементом, которые обеспечивал советскую экономику. Цель диверсии действительно была исключительно меркантильной, сорвать поставки советского газа в Европу, и не дать СССР заработать твердую валюту. Газ из Челябинска по этому трубопроводу шёл в Ужгород, а оттуда в Европу (рисунок 1).

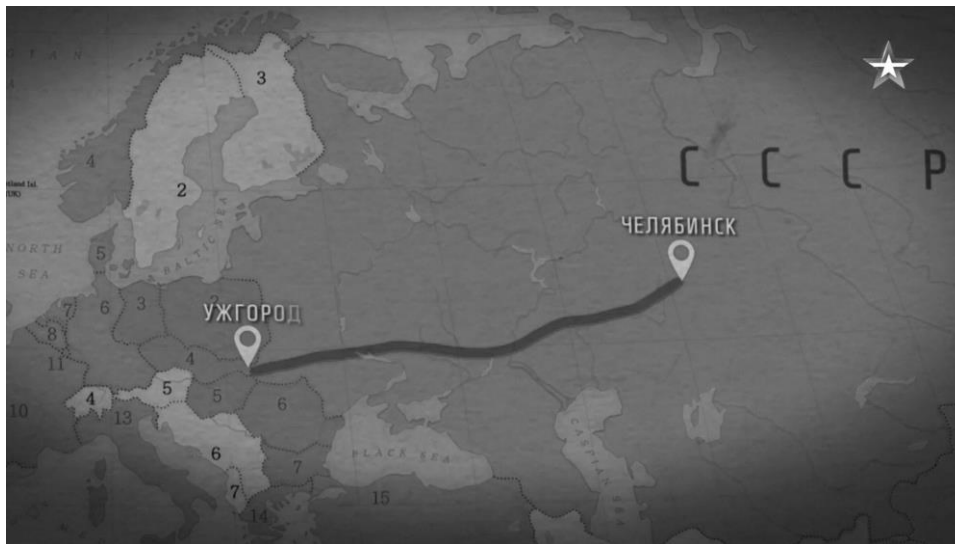


Рис. 1. Советский газ в Европе

В результате диверсии трубопровод, который должен был приносить советскому союзу 8 млрд. долларов в год, был серьёзно повреждён.

По свидетельствам того же Томаса Рида, по его утверждениям с 82 по 89 год в СССР произошло как минимум 4 диверсии, с которыми мы связана непосредственно западная служба.

Ещё одной масштабной трагедии стала утечка газа под Уфой, 1989 год, место, где газопровод Сибирь- Урал- Поволжье пересекает транссибирскую магистраль, крупную железную дорогу. Трагедия произошла в момент, когда у поврежденного газопровода встретились сразу 2 состава.

Пострадал не только трубопровод, пострадали ещё пассажиры двух поездов. Погибло более 500 человек, из них 181 ребёнок. Расследование длилось несколько лет, но причину утечки установить, так и не удалось. Позже факт причастности США к этой катастрофе подтвердят американские независимые исследователи. Расследование, проведенное профессором Питером Швайцером из института Гувера, показало, что в катастрофе под Уфой явно прослеживается участие ЦРУ из спецслужб во Франции. Диверсия на газопроводах- «Северный поток 1» и «Северный поток 2». До

недавнего времени, они были самыми длинными подводными газопроводами в мире, свыше 1200 км.

Их пропускная способность составляла более 5 млрд. кубометров газа в год. Российский газ по северным потокам поставлялся в 10 европейских стран, включая Германию, Великобританию и Францию. И в этот же год Россию не допускают к расследованию этой диверсии. Но многие независимые журналисты уверены, ответственность за взрыв несут США. Сеймур Херш – американский правозащитник и лауреат Пулитцеровской премии утверждает, что план подрыва северных потоков был разработан ЦРУ, по приказу Джо Байдена, как меры противодействия России [4, 5].

Поставки российских углеводородов Европы мешают американцам продавать свой газ в ЕС (рисунок 2).



Рис. 2. Турецкий поток

Сейчас Россия поставляет газ в Европу через «Турецкий поток». Атаковать этот газопровод с помощью подводных беспилотников пытаются украинцы. Газопровод «Турецкий поток» идёт по дну Чёрного моря из Анапского района Краснодарского края России в европейскую часть Турции. Его протяженность около 1100 км. А общая мощность 31.5 млрд кубометр газа в год. Сразу после диверсии на «Северных потоках» меры по охране «Турецкого потока» были усилены. Об этом сообщили вице-премьеры Российской Федерации, Александр Новак и президент Сербии, Александр Уичич.

Ещё один газопровод, идущий из России в Турцию «Голубой поток». Он проложен по дну Чёрного моря. Это самый глубоководный трубопровод в мире. Его протяжённость 1213 км. Проектная мощность 17 млрд кубометров в год.

Его протяжённость более 3000 км. «Сила Сибири» позволяет поставлять газ из Якутии в приморский край и страны азиатско-тихоокеанского региона. Уникальные разработки позволили проложить трубы в зонах вечной мерзлоты, на заболоченных и сейсмически активных территориях.

Всё это не даёт покоя Западу, Запад будет любым путём стараться, чтобы это всё прекратилось. Однако сил у западных стран на это попросту не хватит, и в конечном счёте прогрессивные силы, которые направлены на поступательное развитие всего мира возобладают над теми силами, которые в данном случае пытаются остановить российское развитие.

Не смотря на все попытки выдавить Россию с энергетического рынка. Россия страна по-прежнему сохраняет положение ведущего поставщика газа в мире. Хотя некоторые страны ЕС под давлением США были вынуждены заявить, что больше не

покупали углеводороды из РФ. Но тем не менее поставки в эти государства всё равно идут, просто теперь через третьих стран. Хотя и поменяли маркировку, всё равно остаётся нашим газом российским. Кроме того, выросли поставки в страны, с которыми у России сохранились партнёрские отношения [3].

#### **Список литературы:**

1. Борзенкова, Н. О. Газопроводы России: текущая ситуация и перспективы перераспределения (расширения) экспортных потоков сетевого газа / Н. О. Борзенкова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 13.1 (117.1). – С. 10-12. – URL: <https://moluch.ru/archive/117/28923/> (дата обращения: 06.04.2024).
2. Боровский, Ю.В. Энергетическая политика России на международной арене / Ю.В. Боровский // Вестник МГИМО-Университета. – 2019. – № (6(27)). – С. 40-46.
3. Жизнин, С.З. Российская энергетическая дипломатия и международная энергетическая безопасность (геополитика и экономика) / С.З. Жизнин // Журнал «Балтийский регион». – №1. – 2021. – С. 4- 16.
4. Скрытые угрозы с Николаем Чиндяйкиным. Альманах 163 [видеозапись] // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hBTzaAdkRLg>.
5. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.

Белоусов А. С., студент

*Научный руководитель:* Чижова Н. Е., канд., экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[alexander.belousov2001@yandex.com](mailto:alexander.belousov2001@yandex.com)

### **ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ УСЛУГ**

**Актуальность.** Развитие экономики впечатлений на национальном рынке требует создания новых механизмов регулирования, учитывающих ее экономическую и материальную сущность. Основной основой практической реализации экономических и правовых механизмов в сфере оказания опытных услуг являются нормативные акты как гарантии законности и прозрачности соответствующих общественных отношений, легитимной и прозрачной организации экономической деятельности в этой сфере.

**Анализ последних исследований и публикаций.** По мнению А. Хеллмана, Л. Энга, С. Суда, положительная динамика опыта оказания услуг может зависеть от личностных, деловых и профессиональных качеств менеджера в ходе непосредственного взаимодействия с клиентом, вербальных и невербальных сигналов, способов формирования положительного «предварительного настроения». «сервис» впечатление у потенциальных потребителей [1]. Я. Гарсиа-Санчес, О. Суарес-Фернандес, Х. Мартинес-Ферреро также отмечают, что личностные и профессиональные качества менеджера по предоставлению опытных услуг важны для экономической эффективности соответствующего вида услуг, но, по мнению исследователей, значительную роль также играет пол как элемент ментальной связи менеджера и клиента [2]. Ю. Сунь, С. Фан, З. (Дж.) Чжан отмечают, что лучшей ареной для предоставления услуг по получению опыта и самопрезентации в качестве квалифицированного менеджера являются социальные сети и другие медиаплатформы [2].

**Цель исследования.** Учитывая вышеизложенное, целью исследования является определение сущности экономики впечатлений как инновационного вектора предпринимательской деятельности через призму законодательной специализации с учетом экономических и организационных факторов работы субъектов предпринимательства.

**Результаты исследования.** Общественные отношения, связанные с оказанием опытных услуг и «продажей эмоций», приобретают все большую популярность среди населения, но остаются вне нормативно-экономического поля, что порождает массу злоупотреблений как со стороны субъекта хозяйствования, предоставляющего соответствующие услуги, так и со стороны потенциальных клиентов, которые используют нормативные пробелы, чтобы не платить за предоставленные услуги. К деструктивным причинам, негативно влияющим на развитие рынка впечатлительных услуг, можно отнести следующие:

отсутствие механизмов оценки качества предоставляемых услуг с общепринятых экономических позиций, поскольку, как правило, не происходит материализации конечного продукта, в частности соотношения цена/качество;

отсутствие нормативно-организационного обеспечения (например, создание понятийно-категориального аппарата, направлений и принципов деятельности) и административно-нормативной базы (например, уставной деятельности юридического лица, перечня разрешительных документов, в частности, получение лимитов на специальное использование природных ресурсов или разрешений);

специфические временные рамки оказания услуг, как правило, нестабильный характер, нестабильность организационной, экономической, экологической и социальной составляющих;

отсутствие возможности сертификации или маркировки соответствующей продукции, что существенно влияет на уровень качества оказания услуг;

отсутствие срока годности («релевантности»), степени повторяемости (шаблона) и обязательных компонентов, без которых соответствующая услуга считается оказанной некачественно или не оказанной вообще;

отсутствие условий для «послегарантийного обслуживания», то есть невозможность в правовом поле отследить степень влияния соответствующего сервиса на самочувствие или сознание потенциальных клиентов, причинно-следственную связь, как следствие, привлечь виновных к ответственности;

отсутствие мер предосторожности для потенциальных клиентов и охраны труда – для персонала соответствующих хозяйствующих субъектов (отсутствие должностных и функциональных инструкций в связи с невозможность установить квалификацию и соответствующие требования);

низкий уровень квалификации event-менеджеров и обслуживающего персонала, поскольку услуги по проведению стажировок оказывают в основном специалисты туристической отрасли;

двусторонняя субъективизация услуг опыта; субъект хозяйствования оказывает соответствующие услуги по собственному сценарию, который он считает наиболее выгодным с организационной и экономической точек зрения; потенциальный клиент также оценивает предоставляемую услугу согласно своим внутренним убеждениям и мировоззрению, которые могут существенно отличаться;

низкий уровень «донорской экономической активности», например, отсутствие должным образом оборудованных мест для приема пищи или отдыха при пребывании в отдаленных или горных районах, низкий уровень или запущенность объектов инфраструктуры;

низкий уровень тайм-менеджмента при оказании опытных услуг.

Поскольку пандемия, вызванная COVID-19, вызвала массу негативных последствий не только для здоровья населения, но и для многих направлений экономической деятельности практически во всех сферах народного хозяйства, возникает необходимость внедрения направлений социальной реабилитации предпринимательства, которое стало бы вектором экономической поддержки представителей частного сектора экономики, отвечало бы современным социальным ограничениям и обеспечивало бы психическое и психологическое оздоровление общества.

Учитывая исследование С. Бака, Г.Т. Лампкин, в «коронавирусный период» наиболее экономически эффективными формами ведения экономической деятельности является социальное предпринимательство, основными задачами которого являются решение острых социальных проблем рыночными методами [2]. Многие ведущие исследователи полагают, что социально-экономический кризис является одним из фундаментальных мотивов инноваций. В условиях такого кризиса, как Covid-19, выживание и успех бизнес-групп больше не являются вопросом повышения их эффективности и результативности. Но выживание предпринимателей зависит от способности субъекта определять стратегии и фокусироваться на нестандартных инновационных возможностях. По мнению экономистов, наиболее финансово успешный способ избежать или минимизировать негативное влияние COVID-19 на бизнес – заняться инновационными направлениями экономической деятельности [1].

С целью формирования прозрачных механизмов ведения предпринимательской деятельности, снижения налоговой и административной нагрузки на частных предпринимателей, обеспечения надлежащего уровня организационно-технического обеспечения предлагается зонирование субъектов предпринимательства на украинском рынке услуг в зависимости от вида деятельности. их участие в организационно-экономических процессах:

хозяйствующий субъект – оператор программирования опыта: хозяйствующий субъект (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, обеспечивающий создание различных форм, процессов, направленных на удовлетворение разумного спроса потребителя в получении определенного вида впечатлений. Организацию купли-продажи услуг по впечатлениям может осуществлять и трейдер, то есть хозяйствующий субъект, приобретающий различные кейсы, процессы, направленные на программирование или регулирование интенсивности эмоций и впечатлений. исключительно с целью его перепродажи;

субъект хозяйствования – поставщик услуг опыта: субъект хозяйствования (индивидуальный предприниматель или юридическое лицо), выполняющий свои обязательства по предоставлению услуг потребителям посредством непосредственного взаимодействия с клиентами или интернет-трафика. В связи с созданием рынка услуг по программированию опыта и рынка услуг по доставке впечатлений возникает необходимость создания механизмов регулирования связей с общественностью, направленных на предоставление вспомогательных услуг.

**Выводы.** Услуги по программированию опыта требуют четкой экономической и правовые инструменты экологического регулирования, поскольку без должного уровня институциональной поддержки, существуют угрозы нарушение авторских и смежных прав, прав потребителей нарушения, чрезмерное фискальное и финансово-кредитное давление на частных предпринимателей и медвежьи услуги как деструктивные формы развития индустрии впечатлений. Развитие услуг по получению опыта требует практической реализации отраслевые экономические и контрактные структуры, обучение специализированные специалисты, создание стандартизации и лицензирования инструменты (при необходимости), координация со стороны

государственных органов, и так далее.

Учет специфики экономической деятельности в сфере предоставления опытных услуг желательно зонировать субъектов хозяйствования на: предпринимателей-операторов опыт, предприниматели-торговцы, предприниматели-провайдеры опытных услуг непосредственно клиентам. Сегодня опыт услуги рассматриваются как подвид туристических и развлекательные услуги индустрии гостеприимства, но исследование предполагает внедрение индустрии впечатлений как отдельный сектор народного хозяйства, который бы развиваться в двух независимых форматах: онлайн и оффлайн. Должный к одновременному созданию двухвекторной системы для развития индустрии услуг, эффективной механизмы экологической и экономической инклюзивности формируются как с точки зрения представителей частный сектор экономики (например, кооперация с финансовыми институтами, привлечение предпринимателей из смежных отраслей) и для государственных учреждений.

#### Список литературы:

1. Hellmann, A., Ang, L., & Sood, S. Towards a conceptual framework for analysing impression management during face-to-face communication/ Hellmann, A., Ang, L., & Sood, S.// Journal of Behavioral and Experimental Finance. – № 100265. – 2020. – doi: 10.1016/j.jbef.2020.100265.

2. Sun, Yu., Fang, S., & Zhang, Z. (J.) Impression management strategies on enterprise social media platforms: An affordance perspective/ Sun, Yu., Fang, S., & Zhang, Z. (J.)// International Journal of Information Management, 60. – № 102359. – 2021. – doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2021.102359.

<sup>1</sup>Болдырева Я. Ю., <sup>1</sup>Медянцева Т. А., <sup>2</sup>Гриднев Д., <sup>2</sup>Садурский И., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>1</sup>Веселова Ю. В., канд. экон. наук, доцент,  
<sup>1</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
<sup>2</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)  
*karalilo@mail.ru, Ttan-3@yandex.ru, danilagridnev97@gmail.com,  
ivansadur99@gmail.com*

### ЛОГИСТИКА ОБЪЕДИНЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ НОВОРОССИИ

Идея объединения промышленных регионов двух крупнейших добывающих бассейнов, Донецкого угольного и Криворожского железорудного, в единое территориально административное образование считается главной причиной создания Донецкой Криворожской республики в годы Октябрьской революции. Республику провозгласили в феврале 1918 года. Месяц она была автономной в составе РСФСР, а затем её включили в Украинскую народную республику советов. Через год ликвидировали (рис. 1). Часть историков считает, что Донецк – европейская республика – была искусственным проектом большевиков, временно созданным, а затем упраздненным за ненадобностью. Самое интересное, что проект подобной республики или автономии впервые родился не в головах пролетариев, а у крупной Российской буржуазии. И задумывался он за несколько десятилетий до революции 1917 года.

Рассмотрим историю, состояние и перспективы этого вопроса, опираясь на материалы, опубликованные в источниках [1-8].





Рис. 1. Донецко-Криворожская республика

В ноябре 1874 в Таганроге состоялся первый съезд ассоциации углепромышленников юга. Они хотели отрегулировать отношения между теми, кто добывает уголь Донбасса и теми, кто его перевозит. Уже через 3 года в Харькове был создан совет съездов горнопромышленников Юга России. Главное лобби предпринимателей того времени. Стальные и угольные магнаты пробивали административные реформы, ратуя за объединение разных регионов по отраслевому принципу.

После февральской революции споры стали еще более жаркими. Тогда украинская центральная рада заявила претензии на Харьковскую, Екатеринославскую, Таврическую, Херсонскую губернию и часть области войска Донского.

Среди основателей совета съездов горнопромышленников Юга России ртутный король, Александр Ауэрбах, горный и золотодобытчик Николай Авдаков, вождь тяжелой промышленности империи, как называли современники Николая фон Дитмара, все они, как и многие другие участники этой организации, были выпускниками Петербургского горного института и без преувеличения пионерами индустриального развития Донбасса на рубеже 19-20 веков (рис. 2). Тогда вводили совершенно новые методы управления, производства и инженеры создавали этот бизнес, создавали совершенно новый вид промышленности и предприятий, обеспечили неимоверный рост экономике того края, рост населения.

К 1917 году Совет представлял интересы более 450 владельцев шахт и металлургических компаний Харьковской, Екатеринославской губернии, а также области войска Донского. Работали горнопромышленники юга исключительно в интересах развивающегося региона. И по силе, влияния на принятие судьбоносных для него решения их часто называли харьковским парламентом.



Рис. 2. Александр Ауэрбах и Николай Авдаков

На юге России, где активно развивалась промышленность, центром всего этого был Донбасс, тут же Харьков, ближайшие крупные города Екатеринослав, Кривой рог, Мариуполь, в общем, то те города, которые входили вот этот колоссальный кластер, фактически во многом управлялись именно этим парламентом. Именно горнопромышленники юга инициировали запрет на вырубку лесов и отказ от древесного топлива на железных дорогах, ратовали за отопление углём казённых учреждений. Они же после многолетней борьбы добились введения таможенных пошлин на иностранное топливо. Вместо того, чтобы покупать дешевые уголь из-за рубежа, мы стали развивать собственные месторождения. Дальше они пошли к железнодорожникам, но вошли в экспертный совет. Им снизили тарифы внутри страны.

По инициативе совета съездов горнопромышленников юга, к началу первой мировой войны, это влиятельнейшая организация в Российской империи, были созданы монополии по добыче угля и производству стали. Синдикат Продамет объединил почти все металлургические компании страны. Еще одно акционерное общество Продуголь отвечала за экспорт 70% донбасского угля. Такие государственные синдикаты стали прообразом будущих государственных учреждений в Советской России так как создавались по образу эффективных западных корпораций.

Помощь предпринимателям оказывала Общество Взаимного Кредита, а горнорабочим Общество Пособия. Идея их создания также принадлежит совету съездов горнопромышленников юга. Они же учредили биржевой комитет и организовали статистическое бюро. Они в целом вели статистику для горной отрасли, потому что до этого никто не ожидал нужным учитывать ни добычу, ни продажи, ни экспорт-импорт нашего угля и тяжёлых металлов.

Из-за дефицита технических кадров в отрасли в 1899 году в Екатеринославе было открыто Высшее Горное Училище, а в Санкт Петербургском горном институте обучение лучших студентов оплачивалось из личного фонда Николая Авдакова.

К концу 19 века добыча угля Донбассе выросла в 4 раза, а доля от промышленных поступлений в бюджет составила более 80%. Однако существующая на тот момент административное деление на губернии, которые порой разделяли предприятия одной компании, значительно тормозило развитие отрасли. С момента своего основания совет съездов ратовал за ликвидацию этих границ внутри нового индустриального края. Они пытались как-то изменить порядок функционирования границ между Екатеринославской губернией, областью войска донского, поскольку там были разные таможенные правила, то есть область войска донского была очень автономная, имела право собирать свои пошлины и налоги и этим активно пользовались.

Сразу после февральской революции 17 года горнопромышленники выступили за образование особого комитета для управления промышленностью Юга России. Тогда же в Харькове состоялся первый съезд советов рабочих депутатов в Донецкие и Криворожские области. На нем и был провозглашен единый хозяйственный административный субъект, в котором объединились и угольные Шахты Донбасса, и криворожский металлургические предприятия, и харьковские банки, но тут же эти земли стали предметом торга российского временного правительства и украинской центральной рады.

Промышленники, бизнесмены десятилетия до этого доказывавшие Петрограду (Петербургу) то, что нужно убирать эти барьеры, вдруг с удивлением узнали, что барьеры пытаются ввести снова теперь уже из Киева и петроградские власти тогда в виде временного правительства во всю стали заигрывать с этой центральной радой, заключили соглашение о том, что вот такие-то территории подпадают под управление этой центральной рады. Не может государство и правительство, созданную вековыми усилиями и средствами всего народа и самого государства, южную горную и горнозаводскую промышленность, основу экономического развития и военной мощи

государства взять у всего народа и передать провинциальной автономии, основанной на резко выраженном национальном признаке. Обращение руководства горнопромышленников к временному правительству тогда не было услышано. Сами они после 18 года выступая против большевиков, пополнили ряды их врагов, четыре губернии – Харьковская, Екатеринославская, Таврическая и Херсонская, а также части области войска донского, были переданы под юрисдикцию центральной рады, позднее вошли в состав советской Украины.

#### **Список литературы:**

1. Типичная Новороссия. Женщины Новороссии: подвиг в тылу во время победы. – URL: <https://smotrim.ru/video/2770906>.
2. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С.23-30.
3. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С.11-22.
4. Мультимодальная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С.15-23.
5. Котляренко, А.Ф. Повышение эффективности внешнеторговых перевозок через порты Юга России / А.Ф. Котляренко, Э.В. Тучков, П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 2003. – № 2. – С. 30-35.
6. Афенин, О.М. Конкуренция между магистралями направления «Север - Юг» и геополитическая безопасность России в Каспийском регионе / О.М. Афенин, П.В. Куренков, Н.В. Мойсевич // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2014. – №3. – С.12-24.
7. Куренков, П.В. Механизмы государственного регулирования развития транспортной системы региона / П.В. Куренков, Ю.В. Веселова // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2006. – №7. – С. 8-10.
8. Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии / Г.В. Бубнова и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С.3-12.

Бочарова Е. М., студент

*Научный руководитель:* Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*oksana.b.2004@mail.ru*

#### **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

**Актуальность.** В современном мире люди всё чаще начинают задумываться о своём здоровье, ищут способы его поддержать и улучшить. В таких ситуациях им на помощь приходит спорт. Рост спроса на услуги спортивно-оздоровительных комплексов связан с рядом причин: сидячая работа, малоподвижный образ жизни, ухудшение экологии. Все эти факторы негативно воздействуют на здоровье человека. Рынок предлагает потребителю множество спортивных учреждений. Каждое

учреждение старается привлечь людей именно к себе. Поэтому тема маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг является актуальной в настоящее время.

**Целью** данной работы является определение и анализ особенностей маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг.

**Результаты исследования.** Маркетинг спортивно-оздоровительных услуг – это процесс планирования, создания, продвижения и продажи спортивно-оздоровительных услуг с целью привлечения клиентов и увеличения прибыли. Маркетинг спортивно-оздоровительных услуг включает в себя анализ рынка, определение целевой аудитории, разработку маркетинговой стратегии, создание привлекательного и уникального предложения, проведение рекламных и маркетинговых акций, а также оценку эффективности маркетинговых мероприятий. Основная цель – привлечение новых клиентов, удержание уже существующих и увеличение объемов продаж [3].

Спортивно-оздоровительный продукт довольно специфичен. Поэтому эффективность маркетинга зависит от адекватной оценки конкретной ситуации и от программы действий, учитывающей эту специфику. Концепция маркетинга не принесет успеха, если в ней не будут учтены традиционные ценности фитнеса, а ориентация на рынок и прибыль не будет приведена в соответствие с хозяйственными, социальными и педагогическими целями. Поскольку спортивно-оздоровительные услуги выполняют не только экономические, но и социальные функции, то концепция чисто коммерческого маркетинга для спортивных организаций в целом непригодна. Для достижения баланса экономических и социальных интересов необходимо идти на компромиссы и находить такие решения, которые позволяют свести к минимуму противоречия. Этим условиям соответствует социально-этичный маркетинг, концепция которого базируется на установлении нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечении их удовлетворенности более эффективными, чем у конкурентов, способами с одновременным сохранением благополучия потребителя и общества в целом [1].

Социально-этичный маркетинг предполагает, что работающая по его концепции фирма должна принимать решения с учетом запросов потребителей, интересов общества и своих собственных потребностей. Пренебрегая интересами потребителей и общества, стремясь получить коммерческий эффект, спортивная фирма рискует вызвать социальный конфликт, нанести ущерб социальному и культурно-нравственному развитию общества [1].

Маркетинг в сфере спортивно-оздоровительных услуг имеет свои особенности, которые отличают его от маркетинга других сфер деятельности. Во-первых, спортивно-оздоровительные услуги обычно предлагаются конечным потребителям, то есть людям, которые являются клиентами этих услуг. Поэтому основной задачей маркетинга в этой сфере является привлечение и удержание клиентов. Для этого необходимо разработать маркетинговую стратегию, которая включает в себя определение целевой аудитории, разработку уникального предложения, определение каналов продвижения и т.д. [2].

Во-вторых, спортивно-оздоровительные услуги являются неотъемлемой частью здорового образа жизни. Поэтому в маркетинге в этой сфере часто используется концепция «продажи здоровья». Рекламные кампании могут включать в себя обещания о заметном улучшении физического состояния, повышении энергии и жизненного тонуса, а также остроте ума. Важно помнить, что эти обещания должны быть аргументированы и соответствовать действительности.

В-третьих, в спортивно-оздоровительной сфере широко применяются лояльность клиентов и реферральные программы. Поскольку в этой сфере покупатели часто общаются между собой и делятся опытом, привлечение новых клиентов через рекомендации старых является эффективным инструментом маркетинга. Поэтому

маркетинговые программы могут предусматривать бонусы и скидки для клиентов, которые приводят новых покупателей [4].

В-четвертых, в маркетинге спортивно-оздоровительных услуг важно учитывать сезонность спроса. В разных временах года спрос на услуги может меняться, например, в летний период спрос на пляжный отдых и водные виды спорта может быть выше, в то время как зимой большой спрос на горнолыжные курорты и зимние виды спорта. Поэтому маркетинговые стратегии должны быть гибкими и учитывать сезонные изменения в спросе [1].

Хорошим примером для рассмотрения особенностей маркетинга спортивно-оздоровительных услуг является Донецкий спортивный комплекс «SportMAX».

Данное предприятие учитывает специфику своих услуг и подстраивается под своих клиентов. Спортивно-оздоровительный комплекс предоставляет возможность потребителю попробовать себя в различных видах спорта: от аквааэробики до бокса.

Так же, «SportMAX» предоставляет абонементы в различных ценовых категориях. Вы можете приобрести абонемент на месяц, полгода, год. При чем, чем длительнее ваш абонемент, тем дешевле стоит одно занятие в спортивном-комплексе. Данная стратегия приманивает потенциального потребителя приобрести абонемент на более длительный срок, ибо так клиент экономят свои денежные средства, а спортзал получит лояльную аудиторию, которая будет пользоваться его услугами как можно дольше.

Следует отметить, что комплекс позаботился и о возрастных категориях услуг. В залах можно заниматься с 5 лет, при чем, для каждой возрастной группы выделены отдельные тренировки, учитывая особенности каждого из возрастов. Для детей отведены специальные детские секции для занятия футболом, плаванием и единоборствами. Каждая из этих секций работает под лозунгом: «Растим будущих чемпионов».

Если говорить о взрослой возрастной категории, то тут спектр услуг ещё более обширный. Настольный теннис, пляжный волейбол, сквош, персональные тренировки в тренажёрном зале – это лишь небольшая часть всего того, что можно опробовать в спортивно-оздоровительном комплексе «SportMAX».

Также, «SportMAX» активно использует социальные сети в своей маркетинговой стратегии. Официальные страницы комплекса в социальных сетях регулярно обновляются актуальной информацией о предстоящих мероприятиях, новых тренировках, успехах клиентов и специальных предложениях. Это позволяет поддерживать активное взаимодействие с аудиторией, удерживать интерес клиентов и привлекать новых.

Кроме того, комплекс проводит регулярные мероприятия и акции, которые стимулируют участие и привлекают внимание новых клиентов. Например, тематические соревнования, дни открытых дверей, скидки на абонементы к определенным событиям – все это создает дополнительный интерес к услугам комплекса. Особый акцент стоит делать на образовательные программы, предоставляемые комплексом. Организация мастер-классов, тренингов и лекций по вопросам здорового образа жизни, питания, правильной тренировки не только привлекает новых клиентов, но и создает образ комплекса, как места, где не только тренируют тело, но и развивают ум.

Маркетинг в сфере спортивно-оздоровительных услуг несет в себе ответственность за формирование положительного образа бренда. В случае «SportMAX», они акцентируют внимание не только на физическом здоровье, но и на социальной ответственности, предоставляя услуги для разных возрастных групп и активно взаимодействуя с обществом.

Еще одной важной стратегией является постоянное обновление услуг и внедрение инноваций. Введение новых видов тренировок, использование современного оборудования, следование последним тенденциям в фитнесе – все это помогает удерживать внимание клиентов и привлекать новых, ищущих что-то новое и эффективное [5].

**Выводы.** Маркетинг спортивно-оздоровительных услуг играет ключевую роль в успешном продвижении и развитии данной отрасли. Основные принципы включают в себя понимание целевой аудитории, разработку уникального предложения, активное онлайн-продвижение, установление партнерств, предоставление качественного сервиса и здоровую конкуренцию.

В целом, эффективный маркетинг спортивно-оздоровительных услуг способствует созданию здорового, активного общества и обеспечивает стабильный рост бизнеса в данной области. Следуя принципам успешного маркетинга, предприятия в этом секторе могут не только привлекать новых клиентов, но и укреплять свою репутацию в качестве провайдеров услуг по заботе о здоровье и физической активности.

#### **Список литературы:**

1. Исаков, Т. Б. Маркетинговая деятельность в сфере спортивно-оздоровительных услуг / Т. Б. Исаков // Тенденции развития науки и образования. – 2018. – № 36-4. – С. 67-70.
2. Шуманская, А. Б. Становление и развитие инфраструктурных объектов, обеспечивающих функционирование спортивно-оздоровительных комплексов / А. Б. Шуманская // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее : сб. ст. XXIII Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 20 августа 2019 года. – Пенза, 2019. – С. 79-81.
3. Ерошенко, И. А. Маркетинговые стратегии в сфере спортивно-оздоровительных услуг / И. А. Ерошенко, Ю. Я. Низовцева // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2021. – Т. 7, № 2. – С. 78-85.
4. Филин, С. А. Влияние пандемии COVID-19 на рынок спортивных услуг в России / С. А. Филин, И. А. Иванюк // Молодежь и наука: шаг к успеху : сб. науч. ст. 5-й Всерос. науч. конф. перспективных разработок молодых ученых. – Курск: Западный государственный университет, 2021. – С. 371-374.
5. Официальный сайт сети спортивных клубов «SportMAX». – Текст: электронный. – URL: <https://www.sport-max.com.ua/sport-max-artema/services/>.

Буров Е. А., студент

*Научный руководитель:* Петенко И. В., д-р экон. наук, профессор  
Донецкий государственный университет, РФ  
*Petenkoi70@gmail.com*

### **МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ РАБОЧЕЙ СИЛЫ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Актуальность.** В процессе рыночной трансформации национальной экономики открытый рынок труда промышленности ежегодно пополняется безработными специалистами высокой квалификации и специалистами: предложение рабочей силы этих профессиональных групп во много раз превышает существующий спрос. В то же

время промышленность страдает от проблемы тотального дефицита высококвалифицированных кадров, специалистов, служащих, занятых обработкой информации и т.д. Однако исследования свидетельствуют, что это потребность в рабочей силе несколько иной специализации и знаний, которыми высвобожденные работники отчасти не обладают. В таких условиях своевременным и эффективным по регулированию конъюнктуры спроса и предложения на рынке труда является использование методологии маркетинга рабочей силы, назначение и цель которого – эффективное, с точки зрения работодателя и работника, использование рабочей силы, диагностика и предубеждение будущим структурным дисбалансам в сфере занятости, выявление тенденций формирования и распределения рабочей силы между отраслями производства, изменения отраслевой и профессионально-квалификационной структуры рабочей силы в соответствии с динамикой развития различных отраслей, и — регулирование рынка образовательных услуг в направлении приспособления к перспективным потребностям экономики.

**Анализ последних исследований.** Теоретической и информационной основой является анализ научных публикаций отечественных и зарубежных авторов, таких как, Д.Б. Эльконин, В.В. Давыдов, В.П. Беспалько, А.К. Маркова, С.Л. Рубинштейн, Н.Ф. Талызина, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, П.И. Пидкасистый, Е.Д. Патаракин и др

**Цель исследования** – обоснование стратегий маркетингового подхода к формированию рабочей силы предприятия.

**Результаты исследования.** *Маркетинговая стратегия эффективного формирования собственной высокопрофессиональной рабочей силы предприятия* как правило, соответствует производственным наступательным стратегиям инновационного роста, направленным на внедрение новых технологий и освоением новейших образцов продукции мирового уровня качества. Согласно этой кадровой стратегии, персонал рассматривается как ключевой ресурс, от которого зависит развитие предприятия. Стратегия предусматривает адекватное улучшение кадрового потенциала предприятия путем повышения профессиональных навыков и квалификации работников и включает профессиональное обучение и переподготовку персонала в части освоения передовых технологий и методик работы, приобретения навыков работы с новейшим оборудованием и техникой. Это создает условия для оптимизации численного и качественного состава работников и соответствует капиталовложениям в повышение квалификации и переквалификацию рабочей силы, а также обеспечение условий для ее наиболее полного использования. С позиции производственно-технического назначения обучение рабочих имеет комплексный характер и предусматривает подготовку новых рабочих; переподготовку и обучение рабочих вторым (смежным) профессиям; повышение квалификации. При этом переподготовка рабочих может осуществляться непосредственно на предприятии и охватывать не только высвобождаемых рабочих, но и рабочей силы при формировании ряда профессий широкого профиля (наладчиками автоматических станков и автоматических линий и т.п.). На отдельных крупных предприятиях существует разветвленная внутрипроизводственная система повышения квалификации, включающая производственно-технические курсы, курсы обучения вторым и смежным профессиям, курсы целевого назначения по изучению новых изделий, оборудования, технологии, школы по изучению передовых методов труда, Школы мастеров и бригадиров. Для обучения рабочих особо сложным профессиям, требующим значительного объема теоретических знаний и освоения различного вида работ, которые невозможно овладеть на рабочем месте, используется курсовая форма подготовки. В отношении специалистов и руководителей учебная функция предприятия проявляется, прежде всего, в организации повышения их квалификации с

целью обеспечения быстрой реализации новых научных, технических, организационных и экономических идей в практику деятельности предприятия (организации, фирмы). Один из путей совершенствования системы повышения квалификации этой категории работников – переход от сложившейся практики периодического (а чаще всего эпизодического) обучения к непрерывному пополнению и восстановлению знаний. Предприятий, реализующих такую стратегию обучения и повышения квалификации всего персонала, отечественная промышленность насчитывает немного. К ним относятся богатые корпорации с иностранным участием, которые с самого начала активно внедряют западные стандарты развития персонала и которые могут себе позволить массовое обучение или Повышение квалификации персонала, используя возможности высших учебных заведений. Также осознают необходимость внедрения стратегий развития персонала крупные отечественные экспортоспособные концерны черной, цветной металлургии и химической промышленности, позиции которых на мировом рынке ухудшились вследствие обострения конкуренции и изменения рыночной конъюнктуры, требующей кардинальной модернизации производства на инновационных началах, а также отдельные предприятия высокотехнологичных и наукоемких отраслей, внедряющих производства новейших технологических укладов. Наиболее успешные из предприятий, реализующих стратегию селективной специализации и развития персонала, организуют собственные системы специального обучения сотрудников, формируя такой тип работника из перспективных высокообразованных кандидатов, который необходим в их конкретных условиях. Это-узкоспециализированные предприятия, изготавливающие особую продукцию для определенного круга потребителей, а также те, что занимаются рискованным бизнесом и первые выходят на рынок с новым продуктом, а также ставят цели завоевания новых рынков сбыта и улучшения бизнеса в целом.

*Маркетинговая стратегия селективной специализации и развития персонала* свойственна промышленным предприятиям, реализующим производственные стратегии специализации и отдельные перспективные направления бизнеса на основе внедрения наиболее прогрессивных технологий. Представления высших руководителей об условиях и путях модернизации и реструктуризации, перепрофилирования производства связаны с развитием ядра персонала предприятия. Работники, находящиеся на ключевых управленческих должностях и других рабочих местах, в целом должны иметь максимально высокий профессиональный уровень и компетентность, быть способными воспринять новые знания, овладеть новыми технологиями и видами техники. Поэтому разнообразными формами и направлениями профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала охвачены лишь отдельные категории персонала. Прежде всего, это редкие специалисты или профессионалы специфической квалификации, найти которых очень трудно или невозможно, менеджмент высшего звена, а также работники, от которых зависит эффективность деятельности предприятий.

*Маркетинговая стратегия оптимизации затрат на обеспечение конкурентоспособности персонала* часто сопровождает производственные стратегии, направленные на максимизацию прибыли в краткосрочной перспективе («стратегии рыночного спринтера»), является следствием ситуативного реагирования на изменения рыночной конъюнктуры или же предполагает дополнение или расширение существующего ассортимента товаров или восстановление их конкурентоспособности. Предприниматели ориентируются на такой товар «специфическая рабочая силы», что в наибольшей степени соответствует повышенному уровню производства в техническом, эксплуатационном и качественном отношениях. Внутренний маркетинг – это



сознательное влияние на поведение сотрудников организации для повышения их компетенции и стимулирования тем самым маркетинговой ориентации коллектива. Согласно этой стратегии, повышение стоимости рабочей силы само по себе способно стимулировать обновление профессиональных знаний и приобретение новых умений или освоение смежных профессий; выполнение трудовых функций на уровне международных стандартов, то есть работники с высоким доходом не захотят потерять работу из-за неготовности освоить модернизированное оборудование, низкой производительности труда и нарушения трудовой и технологической дисциплины. В этом случае формируется коллектив профессионалов, которые сами заботятся о поддержании собственной квалификации. Их задача – краткосрочное обучение принятых на предприятие квалифицированных рабочих для того, чтобы в течение первого месяца работы на предприятии они могли усвоить особенности технологических процессов.

*Сфокусированная стратегия низких затрат на развитие персонала*, как правило, сопровождается маркетинговые стратегии снижения издержек производства или лидерства за счет экономии на затратах. Она предусматривает сниженные (по сравнению с конкурентами) затраты на развитие персонала и тщательный контроль за ними, инвестиции в производство, направленные на реализацию эффекта опыта. В соответствии с ней работодатели ориентируются на уже подготовленную профессионально рабочую силу и такую, которая широко доступна и соглашается работать за низкую заработную плату. Такую стратегию, как правило, могут позволить себе предприятия, на которых преобладают массовые профессии, а также те промышленные фирмы, которые действуют на застойных рынках, функционируя в условиях ослабления спроса и снижения рентабельности продукции. Эта стратегия развития персонала доминирует на сегодня на российском рынке труда в связи, во-первых, с низкой покупательной способностью основной части реальных и потенциальных работодателей; во-вторых, со значительными затратами на содействие занятости населения (профессиональную ориентацию, подготовку, переориентацию и переобучение, распределение и т.п.) и необходимостью быстрого сокращения их с целью достижения ускорения оборота вложенных в бизнес средств и конъюнктурного повышения эффективности большей рыночной доли.

**Вывод.** Эффект от формирования квалифицированной рабочей силы не столь очевиден и часто отдален во времени, а затруднительное финансовое положение или ограниченность служит серьезным препятствием на пути реализации долгосрочных стратегий расширения вложения средств в человеческий капитал, в подготовку квалифицированных кадров.

#### Список литературы:

1. Бойченко, Г.Н. Распределенный образовательный процесс: основы проектирования и реализации [Текст] / Г.Н. Бойченко, Л.И. Кундозерова // Открытое образование. – 2016. – №3. – С. 16–23.
2. Модель сетевого взаимодействия учреждений профессионального образования и организаций-работодателей [Текст] / А.М. Горленко, Л.В. Массель, В.В. Трипутина, и др. // Вестник ИрГТУ. – 2008. – №3 (35). – С. 226–231.
3. Фионова, Л.Р. К вопросу выхода российских вузов на международный рынок образовательных услуг [Текст] / Л.Р. Фионова, М.А. Долгова // Наука и современность. – 2015. – №3(5). – С. 53-64.

<sup>1</sup>Ван Вэйнань, <sup>1</sup>Тянь Цун, аспиранты,  
<sup>2</sup>Зитарова К. Е., <sup>2</sup>Агарёва А. М., студенты  
Научный руководитель: <sup>2</sup>Чекулдова С. В., канд. экон. наук, доцент  
<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)  
<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
<sup>1</sup>1339909196@qq.com, <sup>1</sup>tiancong98@126.com, <sup>2</sup>ksyu.zitarova@mail.ru,  
<sup>2</sup>Annaagareva182004@mail.ru

## МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРЕВОЗОК ПАССАЖИРОВ И КОНТЕЙНЕРОВ ИЗ КИТАЯ В ЕС

В связи с постоянным увеличением объема торговли между нашей страной и Европой спрос на транспортные услуги соответственно возрос, и поезд Китай - страны ЕС стал использоваться в качестве эффективного логистического метода [1-3]. По состоянию на март 2024 года общее количество поездов Китай - страны ЕС превысило 85 000, а поезда Китай - страны ЕС отправляются из 120 городов Китая, достигая 219 городов в 25 европейских странах. Поезда Китай - страны ЕС отправляются из Алашанькоу, Хоргоса, Маньчжурии, Суйфэньхэ или Эрлианхота в Китае, въезжают на участок с широкой колеей и проходят через Россию, Монголию, Казахстан и другие близлежащие страны, чтобы добраться до европейских стран. Данные о поездах Китай - страны ЕС за последние 8 лет приведены в таблице 1.

Модель организации контейнерных перевозок, аналогичная модели организации пассажирских перевозок, основана на методе организации японских железнодорожных контейнерных перевозок, и некоторые ученые усовершенствовали и оптимизировали его [4]. Инновационный дизайн системы пассажирских перевозок, подобной контейнеру, характеризуется такими характеристиками, как сеть узлов, предварительное изготовление оборудования, фиксированная группировка и быстрое время выполнения. В источнике [5] предлагается, что способ организации перевозок пассажиров в контейнерах – это «организация перевозок пассажиров в контейнерах, независимые железнодорожные перевозки», и разрабатываются продукты контейнерных перевозок, такие как регулярные прямые контейнерные поезда, контейнерные поезда с погрузкой и разгрузкой в пути следования и прямые контейнерные поезда. В источнике [6] представлены некоторые характеристики модели организации пассажирских перевозок в контейнерном режиме и изучается метод подготовки плана работы поезда с использованием модели организации пассажирских перевозок в контейнерном режиме.

В традиционной модели железнодорожных перевозок модель организации перевозок является относительно единой, что затрудняет удовлетворение разнообразных логистических потребностей клиентов и не позволяет предоставлять более удобные, быстрые, эффективные, экономичные и практичные транспортные услуги [7].

Таблица 1

Данные об открытии поезда Китай - страны ЕС за 8 лет

год	Количество поездов, курсирующих между Китаем и Европой	
	Китайский экспорт	Китайский импорт
2016	1130	572
2017	2399	1274
2018	3696	2667
2019	4525	3700
2020	6982	5424
2021	8364	6819
2022	8881	7681
2023	9343	8180

Гибкость организации движения поездов оставляет желать лучшего, а частота открытия поездов невелика. В настоящее время частота перевозок железнодорожными контейнерными поездами относительно невелика, что не может удовлетворить рыночный спрос на быструю и эффективную логистику.

Поскольку процесс контейнерных перевозок часто должен охватывать разные регионы и страны [8], отсутствие эффективной организации перевозок и механизмов координации привело к появлению множества ненужных транзитных стыковок и времени ожидания в процессе транспортировки контейнеров [9, 10], что увеличивает стоимость и время транспортировки и снижает ее общую эффективность.

Из-за различных технических характеристик и технологий транспортировки контейнерных поездов в странах, расположенных вдоль маршрута, часто возникает большое количество несовместимых и несоординированных проблем, таких как недостаточное соединение, единая функция, неправильная форма и низкая гибкость между различными контейнерными поездами на одной линии [11-15], что делает сеть контейнерных перевозок неспособной обеспечить эффективность, безопасная и гибкая транспортировка.

При использовании традиционных методов транспортировки для транзита затраты времени на доставку контейнеров на техническую станцию очень велики, и время транспортировки в режиме транзитной сборки может быть больше, чем время прямой транспортировки. Модель организации перевозок контейнеров, аналогичная пассажирской, значительно повысила эффективность транзитных операций с контейнерами благодаря характеристикам оборудования перед станцией, постоянной сортировке поездов, погрузке и разгрузке на линии прибытия и предоставляет технические и теоретические возможности для реализации модели организации перевозок поездов Китай - страны ЕС, основанной на ступенчатом сборе.

Новая организационная модель поезда Китай - страны ЕС требует, чтобы поезд закреплял днище вагона без проведения адаптационных операций и использовал погрузочно-разгрузочное оборудование, такое как железнодорожные дверные краны, фронтальные краны и вилочные погрузчики, для быстрой загрузки и выгрузки контейнеров на линии прибытия. На станциях с меньшим количеством транзитных операций поезда могут загружаться и разгружаться на буксирном тресе. Модель организации перевозки контейнеров, аналогичная пассажирской, требует, чтобы поезд был закреплен на днище вагона без операций по адаптации. Погрузочно-разгрузочное оборудование, такое как краны, фронтальные краны и вилочные погрузчики, используется для быстрой загрузки и выгрузки контейнеров на линии прибытия.

На станциях с меньшим количеством транзитных операций поезда могут загружаться и разгружаться на буксирной линии, чтобы контейнерные поезда не подвергались адаптационным операциям и повышали эффективность транспортировки контейнеров. Контейнеры аналогичны перевозке пассажиров, которые могут оформлять билеты на отправления. Бокс-место эквивалентно сидячему месту, и пользователи могут выбирать количество поездов, время, маршрут, место в боксе и т.д. Контейнерные поезда объединяются в фиксированные группы, чтобы избежать операций по разборке, и курсируют в соответствии с расписанием движения поездов. Предварительная сборка транспортных средств и оборудования включает в себя строительство грузовых платформ с одной или обеих сторон линии прибытия, использование погрузочно-разгрузочной техники для загрузки и разгрузки контейнеров, что позволяет быстро перемещать контейнеры, избегая процесса адаптации в традиционной модели железнодорожных грузоперевозок, тем самым сокращение времени транспортировки контейнеров.

На рисунке 1 показаны характеристики контейнера, который похож на пассажирский транспортный поезд, с креплением днища вагона и использованием погрузочно-разгрузочного оборудования для загрузки и разгрузки контейнеров на линии прибытия. Поезд 1 отправляется со станции А на станцию D и останавливается на станциях В и С по пути следования. Поезд 2 отправляется со станции В на станцию E и останавливается на станции С по пути следования. Контейнеры могут быть переданы на станции С. Модель организации перевозки контейнеров аналогична модели перевозки пассажиров. Он обеспечивает эффективную и быструю транспортировку грузов.

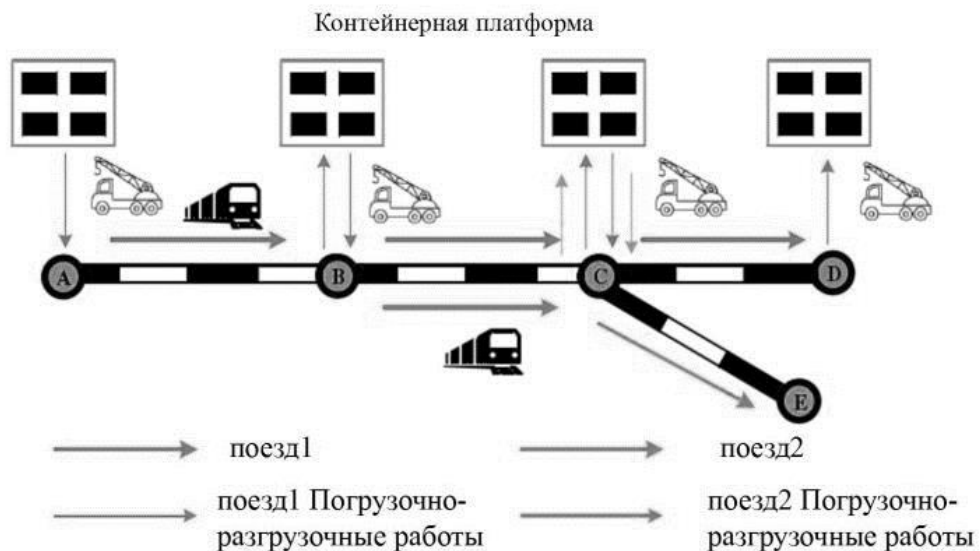


Рис. 1. Типовая схема организации контейнерных пассажирских перевозок

Железнодорожные контейнеры аналогичны модели организации перевозок пассажиров, с меньшим количеством операционных процессов, что сокращает количество операций и время нахождения контейнеров во время транспортировки, а также в определенной степени снижает уровень повреждения грузов и повышает безопасность контейнерных перевозок.

Качество обслуживания на высоком уровне. Железнодорожные контейнеры схожи с моделью организации перевозок пассажиров. С одной стороны, они позволяют сократить время перевозки грузов и повысить безопасность перевозок грузов. С другой стороны, они также способствуют сближению различных видов транспорта, что может эффективно повысить качество обслуживания.

Нынешние железнодорожные контейнерные перевозки по-прежнему имеют единую организационную модель, низкую гибкость в организации движения поездов, низкую частоту рейсов, слабую региональную организацию перевозок, и контейнерные перевозки не являются проблемой сети. Всесторонне проанализируйте потребности в текущей ситуации эксплуатации контейнерных поездов, изложите модель организации перевозок контейнеров, аналогичных пассажирским, и проанализируйте преимущества модели организации перевозок, аналогичной пассажирской. Контейнеры аналогичны модели организации перевозок пассажиров, что может повысить эффективность железнодорожных контейнерных перевозок и способствовать их быстрому развитию в сообщении Китай – страны ЕС.

#### Список литературы:

1. Перспективные направления развития политранспортной логистики /

П.В. Куренков и др. // Железнодорожный транспорт. – 2019. – №3. – С. 36-41.

2. Тянь Цун Исследование китайско-европейского железнодорожного транспорта в рамках инициативы «Пояса и пути» / Тянь Цун, Ван Вэйнань, П.В.Куренков. – Логистика – евразийский мост. – 2023. – № 1. – С. 294-298.

3. Инновационная система железнодорожных контейнерных пассажирских и скоростных перевозок в Китае [J] / Вэй Югуан, Су Инь, Чжан Чао и др. // Китайская железная дорога. – 2016, 4:1-7.

4. Ян Ян, Чжан Чао, У Цзяке. Исследование организации перевозок в системе железнодорожных контейнерных пассажирских экспресс-перевозок [J] // Китайская железная дорога. – 2017(4):48- 52.

5. Го Хунвэнь. Исследование организационной модели и плана развития железнодорожных контейнерных пассажирских перевозок [D] // Пекинский университет Цзяотон, 2016.

6. Синхромодалные перевозки и тримодальные терминалы как перспективные направления развития логистических технологий / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. – 2018. – №11. – С. 13-17.

7. Баритко, А.Л. Организация и технология внешнеторговых перевозок / А.Л. Баритко, П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 1998. – № 8. – С. 59-63.

8. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.

9. Куренков, П.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С.32-40.

10. Куренков, П.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С. 16-24.

11. Елисеев, С.Ю. Логистика в управлении внешнеторговыми перевозками / С.Ю. Елисеев, Э.В. Тучков, П.В. Куренков // Экономика железных дорог. – 2005. – №7. – С.28-33.

12. Покровская, О.Д. Логистические накопительно-распределительные центры как основа терминальной сети региона / О.Д. Покровская. – Монография / Новосибирск: 2012. – 184 с.

13. Елисеев, С.Ю. Логистика в управлении смешанными перевозками. История. Проблемы. Перспективы / С.Ю. Елисеев, А.Ф. Котляренко, П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 2003. – №10. – С. 44-47.

14. . СИНХРОмодалность, КО-модалность, А-модалность и ТРИмодалность – важные составляющие современной ПОЛИТранспортной логистики / П.В. Куренков и др. // Бюллетень ОСЖД. – 2018. – №5-6. – С. 37-44.

15. Куренков, П.В. Ситуационно-логистическая система управления перевозочным процессом / П.В. Куренков, В.А. Мартычук, М.А. Нехаев // Логистика и управление цепями поставок. – 2008. – №5(28). – С. 25-34.

Васильев Д. В., студент  
Научный руководитель: Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*daniilvasiliev2002111.02@mail.ru*

## **СИСТЕМЫ И МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Центральное место в системе управления оборотными активами каждого хозяйствующего субъекта занимают вопросы управления запасами. На сегодняшний день проблема оптимизации товарно-материальных запасов достаточно актуальна для предприятий, поиск эффективных путей оптимизации запасов и адаптация их к специфике функционирования отечественных предприятий позволит значительно сократить издержки хозяйствующих субъектов, повысить эффективность и обеспечить максимальную прибыль.

Наверное, нет такого предприятия, которое бы не осуществляло операции с запасами в процессе хозяйственной деятельности. Более того, на большинстве предприятий товарно-материальные запасы составляют значительную часть оборотных активов, отраженных в бухгалтерском балансе. Правильность отражения финансового положения предприятия и его прибыли во многом зависит от того, насколько правильно ведется учет товарно-материальных ценностей и учет их стоимости [1].

Тем не менее, эффективное управление запасами остается сложным вопросом для большинства предприятий сегодня. Все более важной задачей для теоретиков и практиков становится анализ существующих моделей управления запасами, выявление их сильных и слабых сторон, разработка новых моделей, оценка возможностей их адаптации к инновационному развитию экономики.

Для формирования рыночной экономики в России необходимо производить конкурентоспособную продукцию и реализовывать ее на внутреннем и внешнем рынках. Решение задачи эффективного развития и роста производственного потенциала предприятий требует создания системы управления производством, в основе которой должно лежать формирование информации о производственных запасах предприятия. Поэтому разработка и реализация основных мер по повышению эффективности деятельности предприятий предполагает совершенствование учета и контроля товарно-материальных запасов, что обеспечивает руководителям информацию для принятия управленческих решений.

Управление запасами выполняет следующие функции [2]: разработка стандартов запасов на весь спектр материалов, применяемых на предприятии; правильное размещение запасов на складах; организация оперативного контроля за уровнем запасов и принятие мер по поддержанию их состояния; создание необходимой материальной базы для размещения запасов и обеспечение количественного и качественного хранения.

Управление запасами имеет два основных аспекта. Один из них относится к обеспечению предприятия производственными запасами для производства требуемой продукции в достаточном количестве, в указанное время и в нужном месте. Еще один аспект связан с затратами на поддержание определенного уровня товарных запасов. Исходя из этих положений, компания регулирует уровень материальных запасов производства. При этом они определяют сроки и объем заказов (когда и сколько заказывать) и разрабатывают модели, которые помогают в принятии таких решений.

Как известно, основными логистическими системами управления запасами являются: система с фиксированным размером заказа, система с фиксированным временным интервалом между заказами, система с заданной периодичностью

пополнения запасов, система с минимумом-максимумом.

Бесперебойное обеспечение предприятия материальными ресурсами сопряжено с определенными трудностями. Среди основных факторов, приводящих к отклонениям от плановых показателей, можно выделить следующие: изменение интенсивности потребления материальных ресурсов; задержки в поставках; недостаточный контроль над имеющимися запасами; неправильное определение оптимального размера запаса. Таким образом, возникает необходимость разработки и внедрения системы управления запасами, которая будет учитывать все факторы, влияющие на нее.

Для оптимального управления запасами используется метод ABC, который значительно упрощает контроль за счет сосредоточения внимания на относительно надежном количестве товаров, которые являются дефицитными или очень дорогими. В группу А обычно входит 10-15% запасов, которые являются дефицитными или слишком дорогими. В группу «В» – 20–25% товарно-материальных запасов, которые занимают одинаковую долю в общей стоимости товарно-материальных запасов. В группу «С» – оставшиеся (60–70%) запасы [3].

Рассматривая систему управления запасами фиксированным размером заказа, основным фактором системы является экономически обоснованный размер заказа, который не меняется ни при каких обстоятельствах. Для наилучшей работы системы необходимо определить оптимальный размер заказа с учетом всех факторов, влияющих на его стоимость. Установка оптимального размера заказа позволяет минимизировать затраты на хранение и перезаказ запасов, т.е. помогает сбалансировать соответствующие затраты и определить эффективную площадь складов.

Расходы, связанные с поставкой заказанных материалов, обычно состоят из: стоимости транспортировки заказа; расходы на контроль исполнения заказа; стоимость бланков документов; стоимость доставки и разгрузки заказа; расходы на содержание отделов закупок.

После определения оптимального размера заказа можно рассчитать систему управления запасами, которую следует использовать, если: стоимость товарно-материальных ценностей и их хранения высока; существует вероятность значительного уровня потерь при отсутствии запасов; объем заказа влияет на его стоимость (предоставление скидки при увеличении объема заказа). Применение данной системы эффективно для групповых запасов «А» и «Б», т.е. акции, которые нуждаются в наибольшем внимании.

Преимущество системы управления запасами с фиксированным временным интервалом между заказами заключается в том, что возможно заказывать партии разного размера. Его следует использовать, если: стоимость товарно-материальных ценностей и затраты на их хранение невелики; уровень потерь при отсутствии запасов незначителен; Этот тип инвентаря является одним из многих, которые приобретаются у конкретного поставщика. Применение данной системы эффективно для запасов, которые относятся к группе «С», то есть имеют незначительную стоимость и не оказывают существенного влияния на деятельность предприятия.

Еще одним видом системы управления запасами является система управления запасами с заданной периодичностью пополнения на постоянном уровне. Данная система является универсальной и содержит в себе элементы двух предыдущих [4]. Его суть заключается в том, что заказы на материалы делаются не только в зависимости от времени, но и с учетом пункта заказа, то есть дает возможность реагировать на значительные колебания спроса на материалы. Главной особенностью данной системы является то, что плановые заказы выполняются с учетом времени выполнения заказа, а дополнительные заказы выполняются с учетом пункта заказа. Как правило, необходимость в дополнительных заказах может возникнуть только при изменении

планируемого объема потребления определенного запаса. Описанная система позволяет полностью ликвидировать дефицит материальных запасов. Это достаточно существенное преимущество для производственного предприятия, но его применение требует от предприятия постоянного контроля за размерами текущих запасов. Если у компании есть такая возможность, то эту систему следует использовать для всех групп товарно-материальных запасов.

Использование системы управления запасами «минимум-максимум» актуально, когда стоимость заказа достаточно высока. То есть заказ исполняется не через установленный интервал времени, а только в том случае, если запасы равны гарантированному (страховому) размеру запаса или меньше его. Поэтому данная система работает только на двух уровнях запаса – минимальном и максимальном. Обычно для управления и контроля запасов, принадлежащих к группе «А», используется система управления запасами «минимум-максимум». Система управления запасами минимум-максимум является достаточно эффективным механизмом управления запасами, которые относятся к группе А, т.е. дефицитными или очень дорогими.

Наибольший эффект дает метод ABC в сочетании с другим методом — XYZ-анализом, согласно которому запасы классифицируются в зависимости от характера их потребления и достоверности прогнозирования изменений их потребления. Категория X – группа, характеризующаяся стабильным объемом потребления (например, существуют нормы расхода сырья) и высокой достоверностью прогноза периода потребления. Категория Y включает в себя ресурсы, которые требуются в связи с определенными тенденциями (например, сезонными колебаниями) и возможностями среднего прогнозирования. Ресурсы, относящиеся к категории Z, используются нерегулярно, и объем их потребления трудно предсказать [5].

Одним из наиболее распространенных методов управления запасами является экономичный метод размера заказа.

Экономичное количество заказа (EOQ) – это количество заказанных запасов, которое обеспечивает оптимальное сочетание затрат на приобретение и хранение [5].

Для определения оптимального уровня упорядоченности товарно-материальных ценностей необходимо учитывать соответствующие затраты на их приобретение и хранение.

Оптимальный размер заказа определяется теми затратами, на которые влияет либо количество хранимых запасов, либо количество сделанных заказов. Чем больше единиц заказывается одновременно, тем меньше заказов нужно делать в год, т.е. снижается стоимость выполнения заказов. Оптимальным размером заказа будет такое количество заказа, при котором общие затраты на заказ и хранение товарных запасов минимальны.

Таким образом, управление запасами отечественных предприятий должно быть направлено на определение их оптимального объема и снижение затрат, связанных с их содержанием.

Основные модели управления запасами базируются на определенных допущениях и не учитывают ограниченный срок годности как сырья, так и конечного продукта, который, как правило, это приводит к увеличению затрат на хранение материальных ресурсов на большое количество испорченной продукции в денежном выражении.

#### **Список литературы:**

1. Бродецкий, Г.Л. Управление запасами / Г.Л. Бродецкий. – М.: Эксмо, 2007. – 400 с.
2. Логистика: учебник / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А. Стерлигова. – М.: Эксмо, 2021. – 944 с.



3. Модели и методы теории логистики: учебное пособие / Под ред. В.С. Лукинского. – СПб.: Питер, 2007. – 448 с.

4. Ибрагимхалилова, Т.В. Логистика: учебное пособие для бакалавриата и специалитета укрупненной группы направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление / сост. Т. В. Ибрагимхалилова. – Донецк: ДонНУ, 2020. – 105 с.

5. Рыжиков, Ю. Теория очередей и управление запасами: учебное пособие / Ю. Рыжиков. – М.: Дело, 2001. – 341 с.

Гаврашенко Е. А., студент

Научный руководитель: Кужелева А. А., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

*gavrashenko01@mail.ru*

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АВ-ГРУПП»)

**Актуальность.** Повышение конкурентоспособности предприятия всегда остается актуальной. Предприятия Донецкой Народной Республики (ДНР) сейчас выдерживают серьезную конкуренцию на рынке предоставления услуг. Логистический подход к организации автомобильных перевозок обуславливает новое методологическое содержание, заключающееся в том, что основной составляющей частью перевозок должно стать проектирование оптимального (рационального) перевозочного процесса. Под этим понимается поиск наилучших организационных и технически возможных решений, обеспечивающих максимальную эффективность перевозки грузов от места их производства до места потребления.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследование транспортно-логистической деятельности предприятия были рассмотрены в работах Б. А. Аникин [1], Т. В. Ибрагимхалилова [2, 3], А. А. Кужелева [2, 3, 4], И. В. Петенко [2, 3 и многие др. Однако проблема остается актуальной и требует тщательного исследования

**Цель исследования** – исследование транспортно-логистической деятельности предприятия.

**Результаты исследования.** Транспортная логистика – это система по организации доставки, а именно по перемещению каких-либо материальных предметов, веществ и пр. из одной точки в другую по оптимальному маршруту [1, с. 149]. Одно из основополагающих направлений науки об управлении информационными и материальными потоками в процессе движения товаров.

Шесть лет компания ООО «АВ-ГРУПП» профессиональная организация транспортных грузоперевозок. Ее главной специализацией является доставка сборных коммерческих грузов из РФ в ДНР.

Для ООО «АВ-ГРУПП» в результате анализа предложено улучшение системы грузоперевозок на предприятии и повышения эффективности использования подвижного состава может быть предложено такое мероприятие как разработка рационального маршрута движения транспортных средств.

В таблице 1 представлены тарифы на услуги грузовой техники ООО «АВ-ГРУПП».

Таблица 1

Стоимость услуг грузовой техники ООО «АВ ГРУПП»				
№ п/п	Тип и маркатехники	Грузо-подъемность, тонн	Стоимость за наличный расчет	
			руб./час	руб./км
1	Bodex	8-12	1200	35
2	СІМC SilverGreen Curtain SG03 бортовой	20	1300	35
3	GT7 ППБ-22, 3 оси	20	1300	40
4	Volvo FH.440 XL	13-15	900	30
5	Mercedes-Benz Actros 2641 S	5-7	700	25
6	Рефрижератор Renault Midlum 12.220 L	20	1400	40

В транспортных компаниях ДНР можно увидеть различные способы формирования тарифов: стоимость за километр, стоимость за час, стоимость по объему или массе перевозимого груза и др. Сравним некоторые тарифы на услуги компании «АВ ГРУПП» с ее конкурентами (табл. 2).

Таблица 2

Тарифы на услуги компаний Донецка, занимающихся транспортными перевозками 2023 г.					
Тип и марка техники	Грузо-подъемность, тонн	ООО «АВ ГРУПП»	ООО «TransDon»	ООО «VLATA TRANS»	ООО «ТрансГруз»
Тягач	3	15	-	25	-
Полуприцепы	5	20	20	30	20
Фура	10	25	25	35	24
Рефрижератор	20	30	27	-	27

Как видно из таблицы 2, наименьшие тарифы на услуги фургонов и фуры наблюдаются в компании «ТрансГруз». Наибольшая стоимость услуг наблюдается в компании ООО «VLATA TRANS».

Стоимость услуг грузового транспорта по межгороду приведена в таблице 3.

Таблица 3

Стоимость услуг грузового транспорта по межгороду				
Маршрут	Длина пути, км	Стоимость услуг		
		ООО «АВ ГРУПП»	ООО «TransDon»	ООО «VLATA TRANS»
Донецк – Ростов	205	10 000	12 000	9 300
Донецк – Белгород	373	13 000	15 500	14 000
Донецк – Новоазовск	122	8 500	11 000	8 300
Донецк – Успенка	98	7 500	10 000	9 000
Донецк – Москва	1041	28 000	35 000	25 000

Как видно из таблицы 3, стоимость транспортных услуг по межгороду компании ООО «АВ ГРУПП» является средним значением среди тарифов г. Донецка.

Маршрут Донецк-Ростов является самым популярным среди остальных (рис. 1).

Расстояние: 207 км; время: 2 час. 57 мин.

На 1 км пути компания затрачивает 31,78 руб. Следовательно, на данный маршрут ООО «АВ-ГРУПП» затрачивает:

$$207 * 31,78 = 6\,578,4$$

ООО «АВ-ГРУПП» является открытой системой, поэтому в условиях рыночной экономики менеджмент организации должен учитывать все факторы внешней среды.

Отметим, что внешняя среда исследуемого предприятия имеет положительную оценку, но количество конкурентов и слабо развитая банковская система имеет отрицательные показатели. Так же анализ показывает, что предприятию необходимо расширять ассортимент услуг, т.к. за счёт этого он проигрывает на фоне конкурентов.

Внутренняя среда показывает, что на предприятии ООО «АВ-ГРУПП» недостаточное количество логистических центров на территории РФ. Следовательно, необходимо расширить географию перевозок.

Примечательно, что основной причиной отказа от повторного обращения в ООО «АВ-ГРУПП» является низкое качество обслуживания, а для большинства респондентов именно уровень качества оказания услуг является приоритетным при выборе транспортной компании.



Рис. 1. Расстояние Донецк – Ростов-на-Дону

Для клиентов, которым важны сроки транспортировки груза, это является критичным обстоятельством и резко ухудшает общее впечатление от работы компании, снижает вероятность повторного обращения.

**Выводы.** Таким образом, логистический процесс товародвижения происходит на основе транспорта и является единым транспортно-производственным процессом.

#### Список литературы:

1. Аникин, Б. А. Логистика. Управление цепями поставок: учеб. пособие / Б. А. Аникин, Т. А. Родкина. – М.: Проспект, 2015. – 224 с.
2. Инновационные маркетингово-логистические стратегемы формирования социально-экономических систем: монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, Л. В. Балабанова [и др.]; под общей редакцией Т. В. Ибрагимхалиловой; Донецкий национальный университет, Экономический факультет, Кафедра маркетинга и логистики. – Донецк: ДонНУ, 2023. – 320 с.
3. Маркетинг и логистика в системе конкурентоспособного бизнеса: монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, А. К. Берко [и др.]; под общей редакцией Т. В. Ибрагимхалиловой; Донецкий национальный университет, Экономический факультет, Кафедра маркетинга и логистики. – Донецк: ДонНУ, 2023. – 345 с.

4. Кужелева, А. А. Управление проектами на основе «гибкой» методологии / Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы VIII Международной научной конференции (Донецк, 25–27 октября 2023 г.). – Том 5: Экономические науки. Часть 1 / под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонГУ, 2023. – С. 269-271. – URL: <http://science.donnu.ru/materialy-viii-mezhdunarodnoj-nauchnoj-konferenczii-doneczkie-chteniya-2023-obrazovanie-nauka-innovaczii-kultura-i-vyzovy-sovremennosti/>.

<sup>1</sup>Герасименко Е. В., <sup>2</sup>Зотова Е. В., <sup>2</sup>Джумаева А. И., <sup>2</sup>Юрочкина А. В., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Веселова Ю. В., канд. экон. наук, доцент

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
*iuit@miit.ru, zotova.yelizaveta@bk.ru, dzhumaevaa9@gmail.com,  
yurochkinastya@gmail.com*

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ УСЛОВИЙ ПОСТАВОК С ПОМОЩЬЮ «ИНКОТЕРМС»

«Инкотермс» (International Commercial Terms) представляет собой международный набор стандартов, определяющих условия поставки товаров в рамках международной торговли. Эти правила были впервые разработаны и представлены Международной торговой палатой (МТП) в 1936 году с целью унификации коммерческих условий между продавцами и покупателями на глобальном уровне, что, в свою очередь, должно было упростить торговые отношения и снизить риск возникновения недопонимания и конфликтов [1].

Зарождение «Инкотермс» пришлось на период между двумя мировыми войнами - время, когда актуализировалась потребность в создании единых стандартов для упрощения и эффективизации международной торговли. До этого момента каждая страна следовала своим правилам и терминологии, что существенно усложняло взаимодействие между торговыми партнерами из разных стран [2].

Созданная в 1921 году МТП взяла на себя инициативу по разработке и внедрению единых правил, результатом чего стал выпуск первой версии «Инкотермс» в 1936 году, включавшей 13 основных терминов, которые определяли условия поставки товаров.

На протяжении десятилетий «Инкотермс» продолжали эволюционировать в соответствии с меняющимися условиями и потребностями мирового рынка. В результате были выпущены восемь редакций «Инкотермс», каждая из которых отражала актуальные тенденции в глобальной торговле, регулировании и логистике.

Первоначально в 1936 году введенный набор из шести терминов, в основном применявшихся в морских перевозках, постепенно расширялся и модифицировался, чтобы учитывать новые транспортные реалии и правовую практику. Так, к 1953 году список был дополнен четырьмя терминами учитывая, в частности, железнодорожные перевозки, а к 1967 и 1976 годам - новыми терминами в сфере доставки и внедрением FOB для воздушных перевозок [3].

Появление мультимодальных перевозок способствовало обновлению «Инкотермс» в 1980 году, включив в себя термин FCA, что отражало рост использования контейнерных перевозок. С этого момента Международная торговая палата начала периодический пересмотр «Инкотермс» примерно каждые десять лет.

Принятие редакции 1990 года значительно было стимулировано переходом к электронной коммуникации, расширив базисы поставки до 13 терминов и удалив

устаревшие термины в пользу FCA. Несмотря на это, в современных договорах все еще могут встречаться такие понятия, как FOT («Свободно на грузовике»), FOR («Свободно на железной дороге») и FOB Airport («Франко борт» для воздушных перевозок).

Редакция ИНКОТЕРМС 2000 по сравнению с версией 1990 года, внесла существенные изменения в содержание терминов, при этом сохранив их общее количество. Важные изменения коснулись распределения обязанностей между продавцом и покупателем. Например, термин FAS (Свободно вдоль борта судна) теперь включает обязанность продавца по экспортной таможенной очистке товаров, а термин FCA (Франко перевозчик) определяет обязанность продавца погрузить товар на транспортное средство покупателя и обязанность покупателя принять товар в неразгруженном виде при доставке транспортным средством продавца [2].

«Инкотермс» 2010 внес значительные изменения, представив новое деление терминов на две группы вместо четырех, что увеличило их понятность и удобство применения. Некоторые базисы поставки были удалены в пользу новых терминов DAP (Доставлено до места) и DAT (Доставлено на терминал), что делает «Инкотермс» еще более приспособленным к современным логистическим и торговым практикам. Изменения в содержании некоторых терминов, таких как FOB, CFR и CIF, отражают сдвиг в точке поставки с поручней судна на более четко описанную позицию «на борту» судна, уточняя момент передачи рисков и ответственности от продавца к покупателю.

В результате, «Инкотермс» 2010 предлагает 11 терминов, каждый из которых ясно определяет распределение затрат, ответственности и риска между сторонами международной купли-продажи товаров [3].

В сентябре 2019 года Международная торговая палата выпустила обновлённую версию «Инкотермс» – «Инкотермс» 2020, представляющую собой последнюю редакцию знаменитых торговых терминов. Данная редакция сохраняет основные принципы «Инкотермс» 2010, внося уточнения и улучшения для более качественного и простого использования участниками международной торговли.

Основные моменты «Инкотермс» 2020 включают:

1. Улучшенное введение и пояснения, объясняющие, как выбрать подходящий торговый термин для конкретной транзакции.
2. Дополнительные пояснительные примечания и графика для наглядного представления обязанностей экспортёров и импортёров.
3. Одно ключевое изменение – замена термина DAT на DPU («Доставка на место выгрузки»), которое делает условие более универсальным для различных сценариев доставки [4].

Рассмотрим содержание групп терминов Инкотермс 2020г.

1. Группа E - Отгрузка

EXW (Ex Works, Франко завод): продавец обязуется лишь предоставить товар на своём складе. Покупатель берёт на себя обязательства по экспортному и импортному таможенному оформлению, а также по доставке. Риск переходит к покупателю при передаче товара на складе продавца.

2. Группа F - Основная перевозка оплачена покупателем

FCA (Free Carrier, Франко перевозчик): продавец отгружает товар указанному перевозчику, выполняет экспортное таможенное оформление. Покупатель организует доставку и импортное оформление. Риск переходит к покупателю при передаче товара перевозчику.

FAS (Free Alongside Ship, Свободно вдоль борта судна): продавец обязан разместить товар в порту отгрузки вдоль борта судна и выполнить экспортное таможенное оформление. Покупатель занимается погрузкой на судно, доставкой до

пункта назначения и импортным оформлением. Риск переходит при размещении товара вдоль борта судна.

FOB (Free On Board, Свободно на борту): продавец доставляет товар на борт судна в порту отгрузки и обеспечивает экспортное оформление. Покупатель отвечает за доставку до конечного пункта и импортное таможенное оформление. Риск переходит при полной погрузке товара на судно.

### 3. Группа С - Основная перевозка оплачена продавцом

CFR (Cost and Freight, Стоимость и фрахт): предусматривает, что продавец оплачивает стоимость перевозки товара до указанного порта назначения и отвечает за экспортное таможенное оформление. Покупатель должен выполнить импортное таможенное оформление и организовать разгрузку при получении. Риск переходит к покупателю с момента погрузки товара на борт судна.

CIF (Cost, Insurance and Freight, Стоимость, страхование и фрахт): аналогично CFR, но включает в себя ещё и обязательство продавца застраховать товар для покрытия рисков во время перевозки до порта назначения. Покупателю также необходимо заботиться об импортном таможенном оформлении и разгрузке товара. Риск переходит при погрузке на судно.

CIP (Carriage and Insurance Paid To, Фрахт и страхование оплачены до): продавец оплачивает стоимость фрахта и страхования товара до места назначения, указанного покупателем, и обеспечивает экспортное таможенное оформление. Покупатель занимается импортным оформлением и разгрузкой. Риск переходит при передаче товара перевозчику.

CPT (Carriage Paid To, Фрахт оплачен до): требуется, чтобы продавец покрыл стоимость перевозки до указанного места назначения и выполнил экспортное оформление. За импортное таможенное оформление и разгрузку отвечает покупатель. Риск переходит покупателю при передаче товара перевозчику.

### 4. Группа D – Доставка

DAP (Delivered At Point, Поставка в пункте): продавец обязан доставить товар до согласованного места назначения и обеспечить выполнение всех необходимых процедур для экспорта. Обязанности покупателя включают оформление импорта и разгрузку товара. Риск переходит к покупателю в момент прибытия товара в пункт назначения.

DPU (Delivered Named Place Unloaded, Поставка на место выгрузки): в этом случае продавец несет ответственность не только за доставку товара до места назначения, но и за его выгрузку. Покупатель обязан выполнить импортное таможенное оформление и принять товар. Риск переходит к покупателю после выгрузки товара в месте назначения.

DDP (Delivered Duty Paid, Поставка с оплатой пошлины): продавец берет на себя все расходы и риски, связанные с доставкой товара до места назначения, включая импортное оформление и уплату всех пошлин. Покупатель отвечает только за разгрузку товара. Риск переходит к покупателю в момент, когда товар доставлен до указанного места назначения [5].

Следует учитывать, что на территории ЕАЭС использование условий поставки, в части импортного таможенного оформления и уплаты таможенных платежей, встречает ограничения согласно Статье 83 «Декларант» Таможенного Кодекса ЕАЭС. По этой статье, таможенное оформление товаров предоставляется только лицам, зарегистрированным в государстве-члене ЕАЭС. Тем не менее, продавец или его экспедитор могут согласиться на выполнение условий поставки без оплаты таможенных платежей. В таком случае, применение термина DDP возможно с уточнением: «Исключены пошлины, НДС и прочие официальные сборы».

Таким образом, в современной глобальной экономике, условия «Инкотермс» занимает ключевое место, обеспечивая стандартизированный и широко принятый подход к определению ответственности, расходов и рисков между продавцом и покупателем на различных этапах поставки товаров в международной торговле. Широкое использование в мировой практике делает их фактически неотъемлемым инструментом в оформлении торговых сделок. Инкотермс способствуют значительному упрощению и облегчению международной торговли, минимизируя риски недопонимания и споров между торговыми партнёрами из различных стран.

#### **Список литературы:**

1. Инкотермс // Бизнес-секреты. – URL: [secrets.tinkoff.ru](https://secrets.tinkoff.ru) (дата обращения: 08.04.2024).
2. Роль и эволюция терминов Инкотермс в унификации права Международной торговли / Н.Ю. Родыгина, Л.А. Обуховская, А.А. Дергачёв, В.И. Мусихин // Образование и право. – 2021. – №11. – С. 157-166.
3. Алимова, Я. О. Небольшой исторический экскурс по правилам Инкотермс с 1936 по 2020 г. С акцентом на новой редакции / Я.О. Алимова // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. – 2019. – С. 147-156.
4. Петрова, А.А. Сравнительно-правовой анализ редакций Инкотермс от 2010 года и Инкотермс от 2020 года / А.А. Петрова // Prospective research solutions. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2022. – С. 225-233.
5. Инкотермс 2020 // Alev trans. – URL: <https://alev-trans.ru/> (дата обращения: 08.04.2024).

Горбунова Е. Д., студентка  
*Научный руководитель:* Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*katya.gorbunova1@mail.ru*

### **УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Актуальность.** В современном бизнес-мире тема управления конкурентоспособностью предприятия остаётся неотъемлемой. Стремительное усиление конкуренции на рынке требует от компаний непрерывных усилий по улучшению своей конкурентоспособности для выживания и процветания. Необходимо разрабатывать стратегии, способствующие укреплению позиций предприятия на рынке и эффективному взаимодействию с конкурентной средой. Управление конкурентоспособностью предприятия охватывает широкий спектр аспектов, таких как инновации, качество продукции, маркетинг, управление персоналом и многое другое. Эта тема остаётся актуальной и важной для обеспечения долгосрочного успеха любого предприятия. Важной задачей управления конкурентоспособностью является разработка и реализация стратегий, направленных на укрепление позиций компании на рынке и поддержание её конкурентоспособности.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Теоретический фундамент теорий конкурентоспособности был заложен А. Смитом, Д. Рикардо и Карлом Маркса.

В современных условиях концептуальным и методическим подходам к пониманию сущности и особенностей конкурентоспособности предприятия уделяют

внимание А. Б. Бабанов, И.А. Голиков, П.С. Завьялов, Р.А. Фатхутдинов, Р.Х. Шаваев и другие.

**Цель исследования.** Актуализация управления конкурентоспособностью предприятия и разработка путей ее повышения.

**Результаты исследований.** Управление конкурентоспособностью предприятия – это процесс, направленный на повышение эффективности деятельности предприятия на рынке с целью достижения лучших результатов по сравнению с конкурентами.

Конкурентоспособность предприятия определяется рядом факторов, среди которых качество продукции, цена, сервис, инновации, репутация и др. Для управления конкурентоспособностью необходимо проводить анализ этих факторов и определять направления развития предприятия.

Одним из инструментов управления конкурентоспособностью является бенчмаркинг – сравнение показателей предприятия с показателями конкурентов или лидеров отрасли. На основе полученных данных разрабатываются стратегии развития, направленные на улучшение показателей конкурентоспособности.

Также важным элементом управления конкурентоспособностью являются маркетинговые исследования, которые позволяют определить потребности рынка и предпочтения потребителей. На основе этих данных разрабатываются маркетинговые стратегии и планы продвижения продукции.

Управление конкурентоспособностью также включает в себя работу над улучшением качества продукции, оптимизацией издержек, внедрением инноваций и усовершенствованием обслуживания клиентов. Реализация данных мер позволяет организации сохранять свою конкурентоспособность на рынке и успешно конкурировать с другими участниками.

Управление конкурентоспособностью предприятия имеет долгую историю, которая начинается с момента возникновения первых предприятий и конкуренции между ними.

Первые теоретические основы конкурентоспособности были разработаны еще в XIX веке экономистами, такими как Адам Смит, Давид Рикардо и Карл Маркс. Они изучали факторы, которые определяют конкурентоспособность товаров и предприятий, и разработали теории международной торговли и конкуренции.

Практическое применение этих теорий началось только в XX веке, когда конкуренция между предприятиями стала более интенсивной из-за глобализации экономики и появления новых технологий. В этот период начали появляться первые инструменты управления конкурентоспособностью, такие как бенчмаркинг и маркетинговые исследования.

Современная теория и практика управления конкурентоспособностью продолжает развиваться, учитывая новые вызовы и возможности, такие как цифровая трансформация, экологические требования и глобальные экономические кризисы.

Предприятия в современных условиях экономики большое значение придают работе по нахождению более сильных и слабых сторон с целью устранения обнаруженных «слабостей» и повышению конкурентоспособности своего предприятия.

Оценка конкурентоспособности предприятия необходима для получения всесторонней и точной информации о его финансовом состоянии. Такая информация является ключевой для принятия управленческих решений руководством предприятия в отношении корректировки стратегии конкурентоспособности и изменения стратегии деятельности. Более того, данная информация также необходима для внешних пользователей, чтобы они могли принимать решения и строить конкретные планы относительно данной компании, например, в части приобретения акций, инвестирования или заключения контрактов.



Оценка конкурентоспособности предприятия – это расчёт и оценка целого комплекса показателей, которые всесторонне характеризуют деятельность предприятия, формирующие его конкурентоспособность.

Необходимость оценки конкурентоспособности заключается не только в определении и анализе финансового положения предприятия, но и в проведении постоянной работы, направленной на его улучшение. Анализ финансового состояния позволяет определить направления работы, необходимые для улучшения ситуации, а также выявить основные аспекты и наиболее слабые стороны финансового положения. Проведение такого анализа позволяет найти ответ на вопрос о том, каким образом можно улучшить финансовое состояние предприятия в определенный период времени с целью повышения его конкурентоспособности. Основной задачей является своевременное выявление и устранение недочетов в финансовой деятельности, а также поиск резервов для улучшения финансового состояния и платежеспособности.

Одним из основных критериев конкурентоспособности предприятия является конкурентоспособность его продукции, ее способность удовлетворять более высоким запросам потребителей. Конкурентоспособным является такой товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех.

Конкурентоспособность продукции предусматривает ее соответствие требованиям рынка. Иначе говоря, продукция должна иметь совокупность экономических, технических и эксплуатационных параметров, при которых она способна выдержать соперничество с аналогами конкурентов на рынке как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. При этом абсолютно конкурентоспособными являются товары, не имеющие аналогов на рынке.

Стратегии управления конкурентоспособностью включают в себя ряд действий и подходов, направленных на улучшение позиций компании на рынке для усиления их конкурентных преимуществ. На практике выделяют следующие элементы:

1. Определение конкурентов: изучение конкурентов и их стратегий позволяет лучше понять рынок, выявить слабые и сильные стороны, а также определить возможности для улучшения собственной конкурентоспособности.

2. Анализ рынка: регулярный анализ рынка, его тенденций, спроса и предложения помогает определить, какие изменения могут повлиять на конкурентоспособность компании и принять соответствующие меры.

3. Дифференциация: разработка уникальных предложений, которые выделяют компанию среди конкурентов, может помочь повысить ее конкурентоспособность и привлечь больше клиентов. Это может включать в себя уникальные товары, услуги или маркетинговые стратегии.

4. Оптимизация процессов: улучшение внутренних процессов и снижение затрат может повысить конкурентоспособность компании, позволяя ей предлагать продукты и услуги по более низким ценам и увеличивать свою долю на рынке.

5. Инновации: внедрение новых технологий и инноваций может помочь компании оставаться конкурентоспособной, так как это может улучшить ее продукты, услуги и процессы.

6. Маркетинг: эффективная маркетинговая стратегия может помочь привлечь новых клиентов, увеличить продажи и укрепить позиции компании на рынке.

Подводя итог вышесказанному, можем отметить, что способность компании конкурировать на рынке определенного товара напрямую зависит от конкурентоспособности её продукции и комплекса экономических стратегий, влияющих на результаты конкурентной борьбы.

Производство и реализация конкурентоспособных товаров и услуг являются индикатором устойчивости предприятия, его способности эффективно использовать финансовые, производственные, научно-технические и кадровые ресурсы.

Особенно важно, чтобы предприятие могло оперативно и адекватно реагировать на изменения в поведении и предпочтениях покупателей.

В условиях ужесточения конкуренции проблема создания и сохранения конкурентных преимуществ является одной из наиболее актуальных. Конкуренция является двигателем экономического прогресса. Общества, основанные на конкуренции, более успешно достигают поставленных целей, и именно конкуренция показывает, как можно более эффективно производить товары.

#### **Список литературы:**

1. Азоев, Г.Л. Конкурентоспособность фирмы / Г.Л. Азоев. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
2. Бабанов, А. Б. Современное понимание и значение конкурентоспособности предприятия / А. Б. Бабанов, Р. Х. Шаваев. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2022. – № 1 (396). – С. 75-79. – URL: <https://moluch.ru/archive/396/87630/> (дата обращения: 31.03.2024).
3. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 715 с.
4. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
5. Юданов, А.Ю. Конкуренция: Теория и практика. Учебно-практическое пособие. – 3-е изд., испр. и доп. – М: Изд-во ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.

Грошев А. Р., студент

*Научный руководитель:* Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

*artev2001@gmail.com*

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ**

Современный этап развития предпринимательской деятельности определяется высокой динамичностью и качественными изменениями, которые призваны удовлетворить постоянно растущие потребности людей. Происходящие в мире процессы глобализации способствуют формированию рыночных механизмов и приближают отечественное предпринимательство к мировым моделям, которые имеют свои правила и особенности. Одно из таких общепринятых правил заключается в том, что успешный бизнес невозможен без использования рекламы. При правильной организации реклама является высокоэффективным средством развития бизнеса, что способствует достижению поставленных стратегических и тактических целей.

К наиболее авторитетным экспертам рекламной индустрии относятся Д. Охивли, Ф. Котлер, Дж. О'Тул, Ф. Джефкинс, К. Бове. Однако, несмотря на многочисленные исследования феномена рекламы, практически все источники акцентируют внимание на практическом применении рекламы, ее различных видах, социально-психологическом воздействии рекламы на потребителя товаров и услуг.

Мировой рынок рекламных услуг, как и все остальные рынки, имеет свои особенности и тенденции. Это сфера, в которой в условиях реальной конкуренции осуществляется рекламная деятельность, способствующая экспорту отечественных товаров и услуг. К основным тенденциям развития мирового рынка рекламных услуг можно отнести:

- 1) технологическое и техническое усложнение рекламы;
- 2) процессы концентрации рекламной деятельности;
- 3) растущее влияние рекламодателей на рынке рекламных услуг.

Изменения на рынке рекламных услуг объясняются высокой динамичностью рекламы, которая мгновенно реагирует на происходящие с ней события, и выступает в определенной степени ее индикатором. Поскольку реклама является частью рыночных отношений, то в случае каких-либо неудач она должна подстраиваться под вновь сложившиеся условия, менять свои формы, вносить коррективы в содержание. Реклама, с одной стороны, доводит до потребителя сведения, необходимые для покупки и использования товаров. С другой, сочетая свою информационность с убедительностью и внушением, оказывает на человека эмоционально-психическое воздействие. Из этого можно заключить, что сама по себе реклама – одновременно и работа, и искусство. Реклама составляет часть маркетинга, задача которого состоит в обеспечении бесперебойного сбыта произведенной продукции.

Для того, чтобы конкурировать с транснациональными корпорациями, сосредоточившими в своих руках значительные финансовые и научно-технические ресурсы, фирмы второго эшелона в области стимулирования сбыта должны активизировать рекламу, чтобы получить положительные результаты. Правильное использование различных видов и средств рекламы в сочетании с другими средствами установления и поддержания связей с различными категориями потребителей дает возможность предприятию укрепиться в своем секторе экономики, увеличить рыночную долю, стать лидером в отрасли и сохранить за собой это положение.

В таких условиях борьба за потребителей становится более открытой. Новизна и качество продукта сейчас гораздо важнее цены. Поэтому на современном рынке побеждает тот, кто наряду с принципиально новым продуктом предлагает более совершенные услуги, формы и методы продаж [1]. Это не может не сказаться на рекламных услугах. Рост технологического уровня товаров и услуг, в свою очередь, требует технологического роста от рекламы, использования новых средств и методов подготовки рекламных услуг, новых каналов размещения рекламного обращения.

Современный отечественный рынок сегодня также характеризуется технологической сложностью рекламных материалов, внедрением новых рекламных технологий, ростом рекламы в сети Интернет, использованием новых креативных подходов к производству рекламной продукции.

Процессы глобализации в последнее время оказывают сильное влияние на рынок рекламных услуг. Распространение транснациональных корпораций, международное распространение рекламы, а также активная деятельность крупных международных рекламных агентств требуют стандартизации рекламных услуг, а также внедрения справедливых «правила игры» на этом динамичном рынке [2].

Сегодня на мировом рекламном рынке сложилась ситуация, когда основной доход получают пять транснациональных операторов, в число которых входят Interpublic Group of Cos., Publicis Group, Omnicom Group, WPP Group, Navas. Эти бизнес-группы нельзя назвать рекламными агентствами, потому что они являются огромными системными объединениями, в состав которых входят рекламные агентства полного цикла, медиа-баинговые агентства, СМИ, организации, оказывающие параллельные услуги.

В зону интересов всех рекламных групп входят США и Европа. Это связано с самым высоким в мире уровнем расходов на мелиорацию в США. Кроме того, девять из десяти крупнейших рекламодателей мира расположены в США и Европе [3]. Эти отраслевые объединения имеют большие рекламные бюджеты, по сути, они содержат СМИ за счет собственных средств и поэтому имеют реальную возможность использовать их для проведения собственной политики на рынке рекламных услуг. В таких условиях борьба за рекламодателей становится более открытой.

Новизна и качество рекламной услуги сейчас гораздо важнее цены. Рост технологического уровня товаров и услуг требует технологического роста от рекламы, использования новых средств и методов подготовки рекламных услуг, новых каналов размещения рекламного обращения.

Большинство западных аналитиков рынка придерживаются мнения, что процессы глобализации западной рекламной индустрии обусловлены желанием рекламных агентств: во-первых, расширить круг клиентов; во-вторых, предложить им более широкий спектр услуг (промо-мероприятия, PR-кампании, директ-маркетинг), используя для этого новые возможности; в-третьих, снизить эксплуатационные расходы; в-четвертых, укрепить позиции в различных сегментах рынка.

Следовательно, рекламные агентства, сумевшие создать такие альянсы, могут рассчитывать на стабильный рост продаж своих рекламных услуг в долгосрочной перспективе.

Рекламный бизнес, как и любой другой, ощущает на себе последствия глобализации мировой экономики. Крупнейшие мировые транснациональные компании, в частности Unilever, Procter & Gamble, Coca-Cola и Pepsi-Cola, которые проводят глобальные рекламные кампании, чаще всего обращаются к услугам рекламных агентств в широком масштабе. Реклама отражает тенденции развития общества и культурно-экономические ценности. Рекламодатели меняют свою стратегию продаж, коммуникационную политику, коммуникацию с аудиторией, соответственно, рекламные агентства вынуждены менять свою стратегию.

Кроме того, агентства все чаще сталкиваются с необходимостью расширения своих услуг, в частности, предлагать клиентам новые возможности – интернет-маркетинг. Поэтому они покупают компании, специализирующиеся в таких отраслях экономики. За всем этим стоит не только прямая экономическая выгода, но и желание улучшить качество обслуживания.

Следует отметить, что увеличение количества глобальных брендов все чаще требует смещения акцентов в рекламных кампаниях в сторону их универсализации. Большая часть доходов владельцев брендов в последнее время стала принадлежать рынкам за пределами стран тройки лидеров рекламы (США, Германия, Япония). В частности, в Procter & Gamble этот показатель доходит до 60%. По прогнозам аналитиков западного рынка, эти показатели сохраняют устойчивую тенденцию к росту и в дальнейшем [4]. Отсюда очевидно, что проведение рекламных кампаний в глобальном масштабе приносит рекламным агентствам больше дохода, чем, например, в США или Европе.

В то же время есть и обратная сторона роста рекламных агентств – так называемый конфликт интересов клиентов. Проблема в том, что крупные рекламодатели, такие как Procter & Gamble, неохотно работают с рекламными агентствами, которые обслуживают их конкурентов. Это ограничивает процесс глобализации. Объединенные группы вынуждены идти на различные нестандартные шаги, в том числе позволять своим ведомствам работать самостоятельно и даже конкурировать друг с другом. Например, когда WPP купила Young & Rubicam, она уже

владела рекламными агентствами Walter Thompson и Ogilvy & Mather, а до этого они оба конкурировали с Young & Rubicam и конкурировать с ним сейчас [5].

На наш взгляд, одной из главных причин глобализации рекламы является рискованность данного бизнеса. Крупный клиент может уйти даже потому, что, например, ему не понравился рекламный макет. Потеря даже одного из них заказчика зачастую может существенно снизить прибыль рекламного агентства.

В России процесс глобализации имеет свои особенности. Западные агентства стремятся не поглощать, а сотрудничать с местными рекламными агентствами. Дело в том, что когда на рынок выходит иностранное рекламное агентство, здесь не действуют многие принципы и правила, методы работы глобальных рынков. Поэтому стремятся найти партнера, который хорошо знает особенности украинского рынка, на высоком профессиональном уровне. Следует также отметить, что мировые тренды приходят на отечественный рынок с опозданием [6]. Например, в стране многие известные мировые рекламные агентства часто входят в другие ассоциации, которые не совпадают с мировой дистрибуцией по холдингам.

В целом, можно сделать вывод, что консолидация западных рекламных агентств пока не оказала серьезного влияния на российский рынок рекламных услуг. Если местные агентства попытаются стать универсальными, они, скорее всего, будут уничтожены или куплены западными холдингами.

#### **Список литературы:**

1. Алиева, Л. И. Рекламная кампания своими силами. Эффективная рекламная кампания / Л.И. Алиева. – М.: - Фарбей, 2011. – 258 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга Ф, Котлер. – М.: Бизнес-книга, 1995. – 697 с.
3. Антонова, Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR. Учебное пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. – М.: Инфра-М, 2024. – 325 с
4. Вишнякова, Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы: учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. М.: Юрайт, 2023. – 140 с.
5. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – М.: Юрайт, 2023. – 406 с.
6. Крайнов, Г.Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR / Г.Н. Крайнов. – М.: Лань, 2023. – 372 с.

Дементьева В. С., Колесник И. В., Шевякова Д. В., Касьянов И. Р., студенты  
*Научный руководитель:* Веселова Ю. В., канд. экон. наук, доцент  
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ  
*vera\_samgups@mail.ru kolesnikI21@yandex.ru, dsdeedshevyakova@mail.ru, casyanoviwan@yandex.ru*

#### **САНКЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРОТИВ РОССИИ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ РЫНКЕ**

Россия является одним из крупнейших в мире экспортеров сельскохозяйственной продукции. Для России сельское хозяйство является одной из значимых отраслей экономики и транспортной логистики [1-7].

Стало известно о планах Вашингтона вытеснения России с мирового сельскохозяйственного рынка. В первую очередь речь идет о зерне и удобрениях, где у России лидирующие позиции. Нижней палатой американского конгресса был принят

законопроект, задачей которого является избавление мира от российской сельскохозяйственной зависимости.

**Целью исследования** является рассмотрение законопроекта американского конгресса и внедрение методов по защите интересов России.

Президент Фонда научных исследований и развития гражданских инициатив «Основание», публицист Алексей Анпилогов считает, что суть законопроекта переключается с тем, что когда-то американцы пытались сделать с рынком мировой нефти, пытаясь избавить мир от российской нефти. И то, что они всё-таки смогли повернуть для европейского рынка газа, то есть это внеэкономическими различными способами, постарались максимально затруднить доступ российского зерна и российских удобрений.

В уточнении к словам президента Фонда научных исследований, считается, что им относительно удалось сделать рынок газа в Европе, разрушив таким образом европейскую промышленность и экономику Европы.

«Ставка на продовольственном рынке – это голод.»-утверждает Алексей Анпилогов. Соответственно, если где-то американцам удастся достичь локальных успехов для тех стран, которые подпишутся под такого рода ограничениями, это будет означать очень серьёзное осложнение их продовольственной безопасности. Потому что российское зерно – это для многих стран практически спасательный круг.

К основным культурам сельского хозяйства США относятся такие виды растений как пшеница, кукуруза, фрукты, овощи, хлопок и т. д. В Америке развито и животноводство, особым образом – птицеводство. Ко всему прочему, США – это крупнейший в мире производитель зерна. Помимо зернового хозяйства здесь занимаются выращиванием кормовых и технических культур, овощеводством и садоводством.

Хочется отметить, что большая часть их территорий находится в зоне хорошего земледелия, не рискованного. Знаменитый Green place – это великие равнины, которые простираются от скалистых гор до восточного побережья. И американцы, конечно, не рассчитывают на то, что они повернут тоже самое, как они сделали для газа. Если Россию удастся подвинуть на каких-то локальных рынках, туда сразу же постараются завести американское зерно, в первую очередь, кукурузу, как более прибыльную культуру. Американцы прекрасно понимают, что для многих стран, если они пойдут в политическом кильватере за Америкой, выбор будет стоять либо дать своему населению погибнуть с голода, либо подсесть на сельхоз продукцию.

Не смотря на западные санкции наша страна остаётся крупнейшим в мире экспортёром зерна с 20% мирового рынка. Для сравнения у США 13%. Почти половина поставок России идёт в страны Африки, треть зерна отправляется на ближний Восток, ещё 10% в Азию. В последние годы российской пшеницей заинтересовались и в Западном полушарии. Российское зерно оценили в Аргентине, в Бразилии и даже Мексике, которая до сих пор закупалась в основном в США. Снова начали приобретать местную пшеницу и в ЕС. За последний год поставки в страны ЕС выросли сразу в 10 раз. На рынке удобрений у России ещё более прочные позиции. Четверть всех мировых продаж приходится именно на Россию. Главные покупатели – Бразилия, Индия и США.

Говоря на тему американской политики, отмечается, что сначала вводятся санкции против российских удобрений, потом они своим же решением выводят российские удобрения из-под своих же санкций. Теперь они вводят новые санкции против российской сельскохозяйственной продукции, что говорит о непостоянстве американских политиков.

Основные удобрения, которые всегда используются для всех культур – это азотные удобрения. Азот – это то, что невозможно получить из земли. Из земли мы

получаем только половину всего азота, так называемые азотно фиксирующие удобрения. А вот вторую половину мы получаем из процесса Габера – Боша – это огромные реакторы химические, которые работают с использованием природного газа. Если у американцев хватает ещё природного газа, то для европейских заводов этот газ оказывается слишком дорогим.

Удобрения Европа не может производить из российского газа, это наглядно просматривается в судьбе всех европейских химических производств. Более того американцы столкнулись с тем, что им не хватает азотных удобрений, вследствие чего, они закупают их у России. В случае отказа Америки от закупок у России удобрений, поставки извне невозможны, так как кроме азотных удобрений, существуют калийные удобрения, а с их наличием у Америки наблюдаются явные сложности.

Всё что цветное, всё что мы едим на столе от баклажанов до помидоров и персиков, содержат калий. Калийные удобрения 50% – это Белоруссия и Россия. Очень сложная ситуация у американцев с фосфорными удобрениями, он также отсутствует у Америки. Они фактически монополюльно зависят от Марокко. У них есть соглашение, по которому им поставляют половину. При этом вторую половину поставляет Российская Федерация. В следствие чего зависимость от России все-таки отчетливо просматривается. Но даже в такой ситуации, американцы хотят вытеснить удобрения не только со своего рынка, а имеют цели даже на общемировой рынок. С местными удобрениями также непростая ситуация, так как значительно высокие затраты на газ и требуется наличие электроэнергии.

Причина таких проблем заключается в отсутствии производства в Америке газа, нефти. Но даже в такой ситуации, они отказались от российского газа и частично российской нефти, в следствие чего, европейские страны получили просто катастрофу в своей собственной экономике. Если сейчас к этому тайфуну на рынке нефти и газа, добавится ещё торнадо на минеральных удобрениях и на зерновом рынке. А зерновой рынок, это высокопроизводительное животноводство, например, в Европе. То можно ожидать ухудшения сельского хозяйства Европы.

Возвращаясь к теме зерна, встает вопрос, по какой причине Мексика закупает зерно у России и перевозит через океан вместо того, чтобы закупать его у Соединенных штатов. Такая сложность объясняется тем, что и европейское сельское хозяйство, и американское – это высокоинтенсивное сельское хозяйство, где огромная доза пестицидов, огромная доза гербицидов, огромная доза минеральных удобрений для того, чтобы получить на недостаточно больших площадях высокую урожайность. В России это немного другое сельское хозяйство, не интенсивное, а больше экстенсивное. Экстенсивное зерно всегда было дешевле.

Китайцы в свою очередь осуществляют свои закупки поровну. Зерно они получают от России, а на американском рынке они в первую очередь покупают сою, это и есть ещё одна южная культура. У неё высокая урожайность. Но американцы сейчас столкнулись с тем, что и Китай вскоре не хочет зависеть от американской сои. Они сейчас ищут варианты на российском рынке.

Некоторые эксперты предлагают и другое объяснение новому антироссийскому закону.

Санкционная политика США против России сыграло злую шутку с американскими фермерами. Мировые цены на сельхоз продукцию упали. А затраты на её производство выросли в разы. Ситуацию не спас даже высокий урожай пшеницы. В итоге по подсчётам американских аналитиков доходы фермеров по итогам прошлого года сократились примерно на 15%. Если в 2022 году чистый доход составил \$163 млрд., то в этом лишь \$137 млрд. Как отмечают аналитики, новый законопроект

обещает фермерам дополнительные гос. субсидии, а значит и конкурентное преимущество на мировом рынке.

Президенту США очень важно получать поддержку от фермеров, так как фермеры – это традиционно красные штаты, которые голосуют за республиканцев. А сейчас ситуация имеет среднее значение. Байдену категорически нужно обратить хотя бы часть республиканцев на свою сторону. Или создать перевес за счет мигрантов.

Тем временем некоторые эксперты говорят, что от всех этих мер США пострадают, в первую очередь, беднейшие страны Африки и Латинской Америки. Даже при данных обстоятельствах, США идут на такой шаг несмотря на то, что они теряют поддержку во многих странах. Ведь для американцев всегда важнее внутренняя политика, то есть если зарабатывают американские фермеры, зарабатывают американские промышленники, пищевая промышленность развита, то им нет дела, например, что в Эквадории мафия захватывает власть.

Вопреки международным ограничениям, Россия готова упрочить свои позиции на мировом продовольственном рынке. Одним из шагов в этом направлении может стать создание зерновой биржи в рамках БРИКС. Как отмечает китайское издание Сал Чайна пост, это усилит влияние Москвы как ключевого поставщика зерна и повысит продовольственную безопасность всех участников объединения. Благодаря созданию биржи такие экспортеры, как США, Канада и Австралия, могут столкнуться с трудностями при сохранении своей доли на рынке и ведение переговоров о выгодных торговых условиях заключают эксперты. Сейчас, как известно, крупнейшие мировые биржевые площадки, они находятся под контролем западных стран. И, как я понимаю, в этой связи возникла идея перенести ту часть биржевой торговли, которая была бы интересна странам БРИКС на более дружественную атмосферу.

Создание биржи может стать достойным ответом на попытки западных стран ограничить сделки с российским зерном. На этой неделе Еврокомиссия сообщила, что собирается ввести пошлины на импорт из России и Белоруссии в размере 95 € за тонну. Тарифы в размере 50% будут также установлены на семена личных культуры и продукты их переработки. В первую очередь это попытка стран ЕС защитить от конкуренции собственных фермеров, чья продукция стоит дороже. Российское зерно и зерно, бобов и культуры предлагается по более низкой цене. Мы не хотим, чтобы Россия получала какую-либо прибыль от сельскохозяйственного рынка ЕС, в том числе зернового. Поэтому тарифы на импорт российского зерна уменьшают его конкурентоспособность. Во-вторых, мы не хотим, чтобы зерно влияло на рынок ЕС. И в-третьих, мы не хотим видеть российское и белорусское зерно на европейском рынке. Но транзит все еще возможен. По данным за прошлый год половина поставок зерна на европейский рынок пришлась на Украину.

Еще 16% везла Бразилия 8%, Канада на Россию приходилась 6%. При этом наши поставки за этот период значительно увеличились. С июля по декабрь они составили 2 230 000 тонн, что в два с лишним раза больше, чем за аналогичный период 20 40 года. Тем не менее, для России ЕС не является значимым рынком сбыта. Большая часть поставок идет в Турцию. Египет, Иран, другие восточные страны.

Поэтому наши экспортеры от новых пошлин сильно не пострадают. А вот для некоторых европейских переработчиков запрет на импорт российской сельхозпродукции может стать крайне неприятным. В первую очередь речь идет о рынках Италии и Испании. В первую очередь это ударит по их рынку, то зерно твердых сортов, которые у нас производится для их переработки, это Италия и Испания. Но ситуация с ограничениями на поставки маслин выглядит для ЕС еще хуже, чем с зерном. Так, например, речь идет о рапсовом гроте, который используется в качестве корма для животных. Примерно две его трети, которые экспортирует Россия,



поставляются именно в страны ЕС. Если власти Евросоюза введут пошлины, это может серьезно ударить по европейскому животноводству и стоимости кормов.

**Список литературы:**

1. Телеканал «Звезда». Выпуск от 18.01.2024 г. – URL: [https://tvzvezda.ru/video/programs/this\\_morning/2024115819-SyuqB.html](https://tvzvezda.ru/video/programs/this_morning/2024115819-SyuqB.html).
2. Куренков, П.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С. 32-40.
3. Куренков, П.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С.16-24.
4. Полянский, Ю.А. Топологическое моделирование взаимодействия хозяйств железной дороги / Ю.А. Полянский, П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление: научный информационный сборник. – 2003. – №7. – С. 8.
5. Влияние экономических санкций на транспортную логистику Российской Федерации / П.В. Куренков и др. // Социально-экономический и гуманитарный журнал. – 2022. – №4(26). – С. 83-93.
6. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
7. Анализ подходов к определению пропускных способностей объектов транспортной инфраструктуры / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Электрон. журн. – 2020. – № 9. – С. 8-13.

<sup>1</sup>Добахов А. Н., <sup>2</sup>Фадеев А. В., <sup>2</sup>Поливанова Д. К., <sup>2</sup>Плетенкова А. И., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Харитоновна М. Н., канд. экон. наук, доцент,  
<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)  
<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
*alexey24\_dobakhov@mail.ru, titr1.k@yandex.ru, polivanovadk@icloud.com,  
kminasan705@gmail.com*

**ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ТРАНСПОРТНЫХ СИСТЕМ РФ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ**

Проблематика развития логистических транспортных систем была и остается актуальной, поскольку носит прямой прикладной характер. С учетом быстрых трансформаций современного рынка от транспортной науки требуются релевантные ответы на вызовы глобального мира. Постараемся ответить на этот вопрос, опираясь на материалы, опубликованные в источниках [1-4].

Вопросам состояния и развития российских логистических транспортных систем посвящены работы, в которых приводятся результаты анализа рынка транспортно-логистических услуг до пандемии коронавируса. Стремительные изменения в геополитике возобновили интерес к прикладным исследованиям логистических транспортных систем. Введение в феврале 2022 г. новых санкций против России объективно потребовало актуализации и систематизации исследований изменений на транспортно-логистическом рынке. Таким образом, данное исследование направлено на проведение в первом приближении аналитического обзора современных условий работы логистических транспортных систем в России, установлении и систематизации

основных рисков, трендов и факторов, определяющих облик будущего транспортно-логистического рынка под влиянием западных санкций. Россия была и остается крупнейшим игроком глобального рынка: так, например, ее внешнеторговый оборот составил 789 млрд долл. в 2021 г. Следует отметить, что это стало историческим (с 2013 г.) максимумом. По оценкам экспертов, очевидно, что попытка изолировать ключевого участника транспортно-логистических процессов международного рынка станет триггером негативных, необратимых и достаточно тяжелых последствий для остальных участников мирового бизнеса.

Не следует забывать о том, что не существует таких санкций, которые бы нанесли ущерб только одной стороне. Именно поэтому стоит ожидать, что Европа столкнется с очень серьезной экономической угрозой в связи с санкциями против России, поскольку немалый урон они наносят и другим, в первую очередь, западным государствам. Иницируемый западными странами переход к альтернативным и возобновляемым источникам энергии и пересмотр схемы распределения энергии по всему миру может стать триггером хаоса в мировой экономике. Можно заключить, что новой реальностью для транспортно-логистических систем стала деглобализация.

Действительно, рост транспортных издержек на фоне санкций Запада для отечественных логистических транспортных систем складываются новые тренды, коренным образом преобразующие не только парадигму развития отрасли, но и использование существующих транспортных коридоров. Следует ожидать изменение не только дислокации, функционала и мощности, но и формата работы логистических объектов России в соответствии с наблюдаемой переориентацией грузовых транзитных потоков, а также корректировки мероприятий по реализации стратегических треков развития отрасли в ответ на новые вызовы. Так, триггером перехода логистических транспортных систем к парадигме автономности, импортозамещения и цифровизации становится так называемый «логистический шторм».

В результате для мирового транспортно-логистического рынка стал неожиданным уход крупных игроков, глубоко интегрированных во внутреннюю логистику стран. В частности, для России таким фактом стал уход компании Maersk как ключевого звена российского транзита. Очевидно, что ожидание дополнительных вторичных санкций, репутационные соображения, рост рисков и усложнение банковских расчетов стали определяющими при принятии такого решения. Можно полагать, что подобная логика станет трендом для логистических транспортных систем в ближайшей перспективе. Торговый оборот России с Соединенными Штатами Америки составляет не менее 30 млрд долл. в год, с европейскими странами – порядка 500 млрд долл. в 83 год. Санкции – это выбор геополитики, но логистические транспортные системы вынуждены на них отвечать. Цепочка причинно-следственных связей в результате сохранения санкционной политики в отношении России может выглядеть для всех участников транспортно-логистических систем мира так: разрыв логистических цепей – неравномерная нагрузка на пропускные способности узловых элементов – высокие и нестабильные ставки – падение выручки – остановка внешнеторговых операций – падение внутреннего спроса – обострение инфраструктурных проблем – рост рисков для активов в условиях волатильности и неопределенности рынка – рост страховых взносов при полной предоплате услуг доставки и логистики.

Грузовые тарифы «Российских железных дорог» (РЖД) с июня увеличились на 11%, данные изменения согласовало правительство. Решение о повышении тарифов было принято в связи с тем, что, как утверждают власти, монополия уже по различным причинам недополучила более 620 млрд руб. на развитие своих инвестпроектов в 2022 году (вся инвестпрограмма железнодорожной компании на текущий год составляет более 1,14 трлн руб.). Правительство надеется, что помощь будет разовой и

дальнейших действий не потребует. Однако как утверждается тарифы на внутренние грузовые перевозки продовольствия и строительных материалов не потерпят никаких изменений. Тема поддержки железных дорог становится все более важной и можно сказать начинает занимать центральное положение для транспорта в условиях складывающейся геополитической и макроэкономической ситуаций. РЖД являются главным перевозчиком в Российской Федерации с долей в 85% от объема всех грузоперевозок (без учета трубопроводного транспорта). При этом грузопотоки все в большей степени переориентируются на восточное направление, в условиях давления на западном направлении.

С момента введения против Российской Федерации санкций уже 390 российских предприятий отправили произведенную продукцию по железной дороге в восточном направлении, в том числе на экспорт. При этом, стоит заметить, что это предприятия, занимающие важную роль в экономике России, которые гарантируют экономическую стабильность в стране, вклад в ВВП и занятость населения. Но на востоке страны все же сохраняются участки с ограниченной пропускной способностью, что сдерживает экспортные возможности страны. Также есть куда расти РЖД и на других направлениях. Это касается в первую очередь, например, перевозки контейнерных грузов из европейской части страны в направлении портов Северо-Западного бассейнов и Азовско-Черноморского. К сожалению, столь сложные задачи по перестройке логистики железнодорожники вынуждены решать в условиях большого инфляционного давления на операционную и инвестиционную деятельность. По прогнозам Минэкономразвития, снижение погрузки в этом году может составить 7,3%. Однако РЖД ставят себе задачу довольно амбициозную задачу, чтобы снижение к прошлому году составило не более 5%. В условиях значительного сокращения доходной базы и удорожания кредитов особое значение имеет аккумулирование минимально необходимых средств для поддержания и развития пропускной способности инфраструктуры. Только для обеспечения провозной способности Восточного полигона (объединяет ключевые магистрали Дальневосточной, Забайкальской, Красноярской и Восточно-Сибирской железных дорог) на уровне 158 млн тонн к 2023 году необходимо найти не менее 131 млрд. руб.

Утвержденная в 2017 году формула расчета индексации тарифов на железнодорожные перевозки была основана только на показателях инфляции и не учитывает множество иных факторов, оказывающих сегодня влияние на экономику отрасли. А ее расходы растут быстрее доходов хотя бы потому, что при установленных на этот год тарифах в 5,8% годовая инфляция ожидается на уровне 17%. В такой ситуации возможности ОАО «РЖД» по реализации инвестиционных проектов заметно сократились. Решение значительной части вопросов, накопленных за последние годы, в том числе в рамках частичной приватизации вагонного парка в железнодорожной сфере, можно разрешить за счет предоставления РЖД большего уровня гибкости в части реагирования на уровень инфляции и изменения спроса на перевозки. Также можно изменить модели тарифообразования за счет перехода к продаже «ниток» графика (то есть к самому маршруту следования грузового поезда без привязки к объему отправки) и услуг по перевозке вагонов без привязки непосредственно к номенклатурам грузов.

#### **Список литературы:**

1. Вагоны на восток, чем железная дорога отвечает на санкции. – Текст: электронный // <https://rbc.ru/>: [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/opinions/business/01/06/2022/62977ebe9a7947485528b403/> (дата обращения: 29.11.2023).

2. РЖД развивают инфраструктуру Восточного полигона. – Текст: электронный // <https://company.rzd.ru/>: [сайт]. – URL: <https://company.rzd.ru/ru/9401/page/78314?id=207215> (дата обращения: 22.11.2023).

3. ОАО «РЖД» объезжает штрафы. – Текст: электронный // <https://kommersant.ru/>: [сайт]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/545968>(дата обращения: 29.11.2023).

4. Куренков, П.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприёма поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С. 32-40.

<sup>1</sup>Жакишев М., <sup>1</sup>Смирнов Н., <sup>2</sup>Калинина Е. Д., <sup>2</sup>Хачатрян С. Э., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

*MZhakishhev02@mail.ru, nikitka-smirnov-2013@mail.ru, lizakalinina263@gmail.com, syuzannah4chatryan@yandex.ru*

## ЛОГИСТИКА БРОНЕПОЕЗДОВ РККА И ИХ РОЛЬ В ХОДЕ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Бронепоезда – это один из наиболее эффективных и мобильных видов военной техники, который широко использовался РККА в ходе Великой Отечественной войны. Они играли важную роль в обеспечении логистики и поддержке фронтовых войск, обеспечивая передвижение войск и материально-технического снабжения [1].

Бронепоезда были неотъемлемой частью логистической системы РККА. Они обеспечивали подвоз боеприпасов, продовольствия, медицинского оборудования и других необходимых ресурсов к местам сосредоточения военнослужащих. Благодаря своей мобильности и защищенности, бронепоезда были способны оперативно реагировать на изменения военной обстановки и эффективно поддерживать фронт (рисунок 1).



Рис. 1. Первый вид бронепоезда

Для эффективного использования бронепоездов в логистике РККА были разработаны специальные маршруты движения, обеспечивающие быструю доставку ресурсов к местам назначения. Также были созданы командно-управляющие

структуры, координирующие действия бронепоездов и обеспечивающие их безопасность в тылу.

Бронепоезда РККА имели различные конструктивные особенности, позволяющие им успешно справляться с назначенными задачами. Кроме того, они активно использовались как боевые платформы, осуществляя огневую поддержку своим войскам и подавляя противника [2].

Бронепоезда РККА играли важную роль в обеспечении логистики и мобильности войск во время Великой Отечественной войны. Их эффективное использование позволило РККА успешно вести боевые действия и достигать военных целей.

В начале Великой Отечественной войны на киевских заводах в кратчайшие сроки были построены три бронепоезда, литер А, Б и В, экипажи которых состояли из местных железнодорожников. Так, бронепоезд литер В который был введён в строй 24 августа 1941 года, всего за один месяц участвовал примерно в 40 боевых операциях. Его командой было уничтожено 30 орудий и миномётов, сбито и повреждено 12 вражеских самолётов, ликвидировано несколько сотен немецких солдат. Железнодорожники и ополченцы воевали бок о бок с бойцами бронепоездов Красной Армии и войск НКВД, действовавших на киевском направлении. Некоторые из наших крепостей на колесах были уничтожены в бою с превосходящими силами противника. При отступлении советских войск из окруженного Киева в конце сентября 1941 года оставшиеся бронепоезда взорвали сами экипажи о том, какую роль во время войны сыграли наши броненосцы железных дорог, а также неизвестные детали противостояния советских и немецких бронепоездов в нашем фильме. На момент нападения Германии на СССР 22 июня 1941 года на вооружении Красной армии стояло 53 бронепоезда, из которых только 13 имели тяжелое вооружение. 17 из них, в том числе 5 тяжелых, находились на Дальнем Востоке. Также имелось 9 бронедрезин, несколько моторных броневагонов и 160 бронеавтомобилей, способных двигаться по рельсам.

Кроме того, в войсках НКВД, охранявших государственную границу и железнодорожное сооружение в тылу, было 25 бронепоездов, 33 броневагона и 7 броневагонов на железнодорожном ходу (рисунок 2).



Рис. 2. Бронепоезд

Вермахт на Восточном фронте располагал всего 12 бронепоездами, причём только половина из них была приспособлена для движения по советским железным дорогам, так как ширина колеи в СССР примерно на 10 сантиметров больше, чем в Европе. Немецкие ширококолейные бронепоезда №27 и №28, которые были приданы 45-й

пехотной дивизии под командованием генерал-майора Фрица Шлиппера должны были участвовать в захвате Бреста. Однако, когда эти составы вечером 21 июня 1941 года доставили к границе, всё пошло не по плану. Вот что говорилось в донесении штаба 45-й дивизии от 23 июня 1941 года штабу 9-го армейского корпуса Вермахта. Бронепоезда 27 и 28 не задействовались дивизией при нападении на Брест-Литовск, так как они не были готовы к применению, преимущественно по техническим проблемам при переходе на русскую колею. Их дальнейшее применение дивизией нецелесообразно.

Личный состав каждого бронепоезда составлял примерно от 92 до 200-300 человек. Личный состав этого поезда сражался до тех пор, пока уже не начали гореть платформы, на которых находилось вооружение, после чего пришлось покинуть состав (рисунок 3).



Рис. 3. Рассадка солдат

В общем и целом, по концепции вермахта, бронепоезда были не самым эффективным методом ведения наступательных действий. И наступательная концепция вермахта предполагала, прежде всего, использование танковых клиньев, которые могли действовать на полях, на дорогах, а не только на железнодорожных путях. Немецкий бронепоезд, или *Panzerzug*, в июне 1941 года комплектовался бронированным паровозом, двумя пехотными броневagonами и двумя-тремя платформами, на которых размещались трофейные французские танки С-35, имевшие 47-миллиметровую пушку и пулемёт. Численный состав экипажа был доведён до ротного – около 190 человек – и включал в себя

Важно отметить, что бронепоезда были не только средством доставки материальных ресурсов, но и играли значительную роль в обеспечении коммуникаций между фронтовыми частями и штабами. Благодаря своей мобильности и удобству передвижения по железнодорожным путям, бронепоезда могли быстро перебрасывать ресурсы на горячие точки военных действий и поддерживать связь между различными частями армии [3].

Технические характеристики бронепоездов также заслуживают внимания. Они были оборудованы мощным вооружением, броней и системами обеспечения электроснабжения, что делало их эффективными в боевых условиях. Кроме того, бронепоезда обладали высокой маневренностью и способностью оперативно реагировать на изменения в ситуации на фронте.

Интересным фактом является то, что бронепоезда не только выполняли функции логистики и боевой поддержки, но также использовались для эвакуации раненых,

организации командных пунктов и даже как мобильные радиостанции. Это свидетельствует о многофункциональности и важности данных боевых единиц в структуре РККА [4].

За весь период войны советскими бронепоездами, по официальным данным, было уничтожено 370 танков, 344 артиллерийских орудий и минометов противника, 712 автомобилей, 160 мотоциклов, а также сбиты 115 немецких самолетов. Хотя по факту эти цифры были значительно выше. На фронтах Великой Отечественной войны действовало около 200 наших броневых составов. На конец войны в РККА было 140 бронепоездов. И хотя они действовали только в пределах железных дорог, все они внесли свой вклад в общую победу над врагом.

Два бронепоезда Красной армии и три бронепоезда войск НКВД были награждены орденом Красного знамени. Десять отдельных дивизионов бронепоездов получили почетные наименования. Каждый четвертый боец из экипажей крепостей на колесах был удостоен правительственной награды [5].

В целом, бронепоезда РККА являлись неотъемлемой частью военной машины Советского Союза во время Великой Отечественной войны. Их важное значение в обеспечении логистики, связи и боевой действенности делало их незаменимым элементом стратегии и тактики советских вооруженных сил.

#### **Список литературы:**

1. Амирханов, Л. И. Броненосцы железных дорог / Л.И. Амирханов. – СПб. : Остров, 2005. – 212 с.
2. Дроговоз, И.Г. Крепости на колёсах. История бронепоездов / И.Г. Дроговоз. – Мн.: Харвест, 2002. – 352 с.
3. Железнодорожники в Великой Отечественной войне 1941–1945 / Под ред. Н. С. Конарева. – М.: Транспорт, 1987. – 591 с.
4. Каторин, Ю. Ф. Уникальная и парадоксальная военная техника / Ю. Ф. Каторин, Н. Л. Волковский. – М.: АСТ; СПб.: Полигон, 2007. – 590 с. – (Арсенал) – о бронепоездах страницы 430–533.
5. «Война миров». Бронепоезда РККА против танковых клиньев Гитлера. – URL: <https://tvzvezda.ru/video/films-online/20239997-KdqNJ.html>.

<sup>1</sup>Захаров А. А., <sup>2</sup>Бучарова Я. А., <sup>1</sup>Илюхина И. С., <sup>1</sup>Косова А. С., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>1</sup>Чекулдова С. В., канд. экон. наук, доцент  
<sup>1</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
<sup>2</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)  
*zaharovsashazharov@gmail.com, iuit@miit.ru, iluhina.innka@yandex.ru,  
alksndrakosova25@icloud.com*

#### **ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ОБЩЕЙ ЦЕЛИ**

Сотрудничество маркетинга и логистики на любом предприятии не просто необходимо – оно неотъемлемо для достижения коммерческих и ценностных целей.

Маркетинг стремится понять и удовлетворить потребности клиентов, тогда как логистика берет на себя задачу доставить продукцию и услуги наиболее эффективным и оптимальным образом. Оба взаимодействуют, чтобы поддерживать баланс между спросом и предложением, оказывая влияние на качество продукции, доступность, а также на финансовую составляющую предприятия.

Важно понимать, что и маркетинг, и логистика преследуют общие основополагающие цели, некоторые из них достойны ближайшего рассмотрения, поскольку именно они работают на формирование наибольшей коммерческой эффективности предприятия, наравне с основным производством [3]:

1. Обеспечение клиентоориентированности:

маркетинг изучает потребности и предпочтения клиентов, определяет целевую аудиторию и разрабатывает стратегии, чтобы убедить эту аудиторию в покупке товаров или услуг;

логистика, в свою очередь, гарантирует, что товары или услуги доставлены клиентам именно тогда и туда, когда это нужно.

2. Обеспечение качества и доступности:

маркетинг создает образ продукта или услуги, подчеркивая их качество, особенности и преимущества для клиентов;

логистика гарантирует, что эти продукты и услуги действительно доступны в нужное время и месте для удовлетворения потребностей клиентов.

3. Поддержание эффективности рекламных кампаний:

маркетинг разрабатывает рекламные кампании, которые обещают различные выгоды и особенности продуктов для привлечения клиентов;

логистика должна соответствовать этим обещаниям через эффективную доставку и обслуживание.

Далее будет рассмотрено, с помощью каких инструментов маркетинг и логистика влияют друг на друга, образуя прочную взаимосвязь (таблица 1).

Роль маркетинга в согласовании цепей поставок включает не только понимание потребностей клиентов, но также определение того, какие продукты, когда и в каких объемах должны быть доступны для потребления. Вот несколько ключевых аспектов роли маркетинга в согласовании цепей поставок [2]:

1. Прогнозирование спроса: маркетинг отвечает за анализ рынка и потребительского спроса. На основе собранных данных и аналитики маркетинг разрабатывает прогнозы спроса, которые в дальнейшем используются для планирования производства и управления запасами.

2. Создание продуктовых портфелей: маркетинг определяет, какие продукты и услуги необходимо предложить, и в каких объемах. Он работает над определением ассортимента товаров и услуг для удовлетворения потребностей клиентов.

3. Управление жизненным циклом продукта: маркетинг участвует в планировании и управлении жизненным циклом продукта, что в свою очередь влияет на планирование поставок и складские запасы.

4. Проведение маркетинговых исследований: анализ рынка и потребительского поведения помогает маркетингу лучше понимать ожидания клиентов и прогнозировать их потребности. Эта информация используется для разработки стратегий поставок и согласования цепей поставок [1].

При этом логистика играет ключевую роль в реализации маркетинговых стратегий, оказывая влияние на процессы поставки и обеспечивая удовлетворение потребностей клиентов. Вот несколько способов, которыми логистика влияет на реализацию маркетинговых стратегий:

1. Обеспечение доступности товаров и услуг: логистика определяет, насколько быстро и эффективно товары и услуги могут быть доставлены до клиентов. Если товары не доступны в нужное время и месте, маркетинговые усилия могут быть недостаточно эффективными. Работа логистики направлена на то, чтобы удовлетворить потребности клиентов в получении товаров в нужное время и месте.



Таблица 1

Сравнение объекта и предмета исследований в области маркетинга и в области логистики

Сравниваемые характеристики маркетинга и логистики	Маркетинг	Логистика
Объект исследования	Рынки и конъюнктура конкретных товаров и услуг.	Материальные потоки, циркулирующие на этих рынках
Предмет исследования	Оптимизация рыночного поведения по реализации товаров или услуг	Оптимизация процессов управления материальными потоками.
Методы исследования	Методы исследования конъюнктуры, спроса и предложения по конкретным товарам и услугам	Системный подход к созданию материалопроводящих цепей, а также общеизвестные методы, которые применяются при планировании и управлении производственными и экономическими системами.
Итоговые результаты	Рекомендации по производственно-сбытовой стратегии и тактике компании: что производить, в каком объеме, на какие рынки и в какие сроки. Какие могут быть выгоды.	Проекты систем, отвечающие целям логистики: нужный товар, в необходимом количестве, необходимого качества, в нужном месте, в нужное время и с минимальными затратами.

2. Управление запасами: логистика помогает оптимизировать запасы, обеспечивая наличие товаров в нужном количестве и в нужное время. Это важно для успешной реализации маркетинговых стратегий, так как при наличии продукции на складах можно удовлетворить спрос потребителей в установленные сроки.

3. Улучшение обслуживания клиентов: эффективные логистические операции помогают улучшить обслуживание клиентов, обеспечивая своевременные доставки и высокое качество обработки заказов. Результатом может стать удовлетворенность клиентов, что в свою очередь способствует укреплению бренда и повторному возвращению клиентов.

4. Развитие гибридных стратегий: современные тенденции в маркетинге и логистике выдвигают концепцию гибридных стратегий, которые интегрируют логистические возможности для удовлетворения разнообразных потребностей клиентов. Логистика играет важную роль в реализации этих стратегий, обеспечивая доставку товаров с учетом их специфических особенностей и требований.

5. Влияние на формирование ценовой политики: логистика влияет на структуру стоимости и ценовую политику компании. Эффективные логистические решения могут позволить снизить издержки и дать возможность предложить конкурентоспособные цены, что может быть важным элементом маркетинговой стратегии.

Один из главных факторов, влияющих на эффективное управление остатками, – это анализ спроса. Анализ спроса, впрочем, не ограничен только исследованием рынка: это так же включает анализ удовлетворённости клиентов различными методами.

Логистика направлена на то, чтобы продукция достигала клиентов в нужное время и в нужном месте. Это означает работу с поставщиками, складирование продукции, оптимизацию транспортировки и доставки, учитывая особенности спроса на различных рынках. Нестабильность в этой цепи может привести к недопоставке товаров и, следовательно, к неудовлетворенности клиентов.

Логистика также влияет на структуру стоимости и ценовую политику компании. Эффективные логистические решения могут позволить снизить издержки и обеспечить конкурентоспособные цены, что является важным элементом маркетинговой стратегии.

Обмен данными между маркетингом и логистикой играет ключевую роль в улучшении процессов и обеспечивает более эффективное функционирование компании.

Рассмотрим практический пример применения логистики в товародвижении сахарного песка. Существуют три категории участников товародвижения сахарного песка: завод, оптовая база и сеть продовольственных магазинов [4].

Традиционно при производстве сахарный песок затаривается в мешки вместимостью 50 кг. Логистически не оптимизированный материальный поток будет представлять собой движение сахарного песка в мешках на протяжении всей цепи, вплоть до магазинов.

Фасовку сахара в нашем примере можно осуществлять в четырех местах: за прилавком магазина на рабочем месте продавца во время обслуживания очередного покупателя; в магазине в помещении для подготовки товара к продаже на рабочем месте фасовщика, специально занятого расфасовкой сахара; на оптовой базе в цехе фасовки; на заводе-изготовителе.

Посредством очередных маркетинговых исследований было установлено, что наименее производительной, а значит, и наиболее дорогой, будет организация фасовочных работ в магазине. Максимальный экономический эффект можно получить, лишь установив высокопроизводительное фасовочное оборудование на заводе-изготовителе. В результате завоза в магазины нерасфасованного сахарного песка совокупность участников процесса товародвижения упускает часть возможной прибыли. Участники товародвижения должны договориться о порядке справедливого распределения дополнительных доходов между собой.

Гибридная стратегия – это сочетание стратегии сотрудничества и конкурентной стратегии. И в некоторых случаях – стратегии опоры на собственные силы организации с целью оптимизации позиции в области.

Amazon Prime – это идеальный пример успешной гибридной стратегии, в которой маркетинг и логистика сплетаются воедино. Сервис предлагает подписчикам не только бесплатную доставку, но и доступ к потоковому видео и другим вознаграждениям. Роль маркетинга: маркетинг продвигает преимущества подписки, подчеркивая бесплатную и быструю доставку, а также дополнительные возможности. Роль логистики: логистика в данной стратегии играет критически важную роль, обеспечивая оперативную и эффективную доставку продукции, особенно учитывая необходимость обслуживания значительного количества подписчиков.

#### **Список литературы:**

1. Алешина, О.Г., Логистика и маркетинг: проблемы практического взаимодействия / О.Г. Алешина, О.С. Веремеенко, Е.А. Нечушкина. – Текст: непосредственный // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-2. – С. 220-227.
2. Евич, С. В. Взаимосвязь логистики и маркетинга / С. В. Евич, А. М. Челпанов. – Текст: непосредственный // Экономика и бизнес. – 2018. – №17. – С. 366-369.
3. Игокова, К.А. Взаимодействие маркетинга и логистики на этапах жизненного цикла товара. / К.А. Игокова. – Текст: непосредственный // Вестник университета. – 2016. – (3) – С. 201-203.
4. Пузакова, А. А. Связи между маркетингом и логистикой / А. А. Пузакова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 17 (121). – С. 461-463. – URL: <https://moluch.ru/archive/121/33564/>.

Захарова Е. С., Якубовская А. П.

Научный руководитель: Иванова Н. М.

Сибирский государственный университет путей сообщения, РФ  
*ekatterina.03@mail.ru, natalya-nsk@yandex.ru, a13lina@gmail.com*

## ЗНАЧИМОСТЬ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДКИ WILDBERRIES ДЛЯ РЫНКА РОССИИ

Компания Wildberries позиционирует себя как маркетплейс для крупного и частного бизнеса, оказывающий также услуги доставки (в большинстве крупных городов) и организующий пункты самовывоза. Кроме того, в Wildberries первыми на российском рынке ввели услугу примерки, позволяя клиентам заказывать по несколько товаров, а забирать и оплачивать только то, что подошло.

Чтобы начать использовать Wildberries, нужно зарегистрироваться на платформе, создать профиль и добавить информацию о предпочтениях. Пользователи могут легко найти нужные товары, используя функцию поиска товара по фото, выбор определенного бренда, а также указав ценовой сегмент товара.

Компания имеет простой интерфейс, пользователи с легкостью могут отправлять понравившийся им товар в корзину, просматривать отзывы реальных людей и даже смотреть сертификаты на товары, представленные на данной площадке.

Wildberries более лоялен к клиентам: существует возможность возврата вашего товара после его покупки в течении 14 дней, но так же можно сделать возврат и позже через поддержку данного маркетплейса.

Компания обеспечивает надежность и своевременность доставки товаров, есть возможность отслеживания посылки, где будет указано в каком городе она находится (к примеру: отправлен на сборку, собран на складе, отсортирован, в пути в сортировочный центр, ожидает получения), а также возможность скрытой упаковки для рядов товаров.

Wildberries является успешной платформой для продаж, потому что, во-первых, на Wildberries существует более 18 миллионов товаров предлагаемых более миллионом продавцом, что делает возможность выбора товара по разным критериям.

Во-вторых, по сравнению с другими маркетплейсами Wildberries доставляет товары быстрее других конкурентов.

Третий фактор успеха Wildberries это доступность товара любому бюджету.

Влияние Wildberries на онлайн покупки в мире весьма большое, Wildberries является монополистом среди маркетплейсов в странах СНГ, самым сервисом пользуются больше 40 миллионов людей, по статистике на 2022 год, таким образом Wildberries уже закрепился на рынке.

Оборот от продаж товаров и услуг (GMV) Wildberries в первом полугодии 2023 г. увеличился на 94% до 1,22 трлн руб., говорится в отчетности онлайн-ритейлера. Во II квартале 2023 г. оборот компании достиг 644,17 млрд. руб. (+89% год к году).

Общее число заказов в первом полугодии 2023 г. превысило 1,3 млрд. (+119% год к году) [1].

Приложение Wildberries стало самым скачиваемым в России в 2023 году, подсчитали в исследовательских компаниях data.ai и Sensor Tower. В статистике учли первые загрузки на устройства без учета обновлений и повторных скачиваний ранее удаленных сервисов. Wildberries – загрузили 43 млн. раз [2].

Wildberries – самый большой маркетплейс в России, который с конца 2020 года занимает 13% всего рынка. По данным на апрель 2021 года, на платформе зарегистрировано 162 тыс. продавцов из России, Белоруссии, Казахстана и Словакии, а

число покупателей составляет уже около 50 млн человек. Большинство специалистов уверены, что в скором времени Wildberries займет более 40% всего рынка.

Благодаря Wildberries малые и средние предприниматели имеют возможность расширить свою клиентскую базу и увеличить объем продаж. Кроме того, площадка способствует развитию электронной коммерции в России, повышая конкуренцию и стимулируя инновации. Именно Wildberries в сравнении с другими онлайн площадки оказывает огромное влияние на экономику.

На Wildberries и Ozon вместе приходится 80% российского рынка, и поэтому они коллективно занимают доминирующее положение, установила ФАС. Стоит заметить, что маркетплейс не только полезен потребителям, но и так же государству, к примеру, с доходов предпринимателей, которые решили сотрудничать с Wildberries, налог взимается в размере 6%, так как платформа является юридическим лицом.

Если поставщик применяет общую систему налогообложения, то по операциям на торговой площадке возникает обязанность уплаты налога на прибыль (либо НДС для ИП) и НДС.

Агент должен составлять отчет по проделанной работе и приложить к нему документы, которые подтверждают расходы (п. 2 ст.1008 ГК РФ).

Начисленное агентское вознаграждение поставщик включает в прочие расходы, учитываемые при расчете налога на прибыль или НДС (пп. 3 п. 1 ст. 264 НК РФ, письмо Минфина РФ от 06.09.2021 г. № 03-03-06/1/71792).

В части выручки от реализации товара датой признания доходов для налога на прибыль у поставщика является дата фактической передачи товара покупателю (п. 3 ст. 271 НК РФ).

ИП должны признавать доход для расчета НДС в дату поступления денег от покупателя на счет маркетплейса (п. 1 ст. 223 НК РФ).

Для того чтобы разобраться: в какой момент продавец обязан начислить НДС, необходимо обратиться к общим нормам.

Так, поставщик должен начислить НДС на одну из ранних дат:

на дату отгрузки товаров;

на дату получения предоплаты за товар.

При продаже товаров физическим лицам счет-фактуру на каждую отгрузку или аванс составлять не нужно, достаточно выдать чек (п. 7 ст. 168 НК РФ).

Продавец может составить и зарегистрировать в книге продаж один сводный счет-фактуру за месяц или квартал на все розничные продажи на основании отчета маркетплейса (письмо Минфина РФ от 24.09.2021 № 03-07-11/77929).

Wildberries является плательщиком НДС, а поэтому на сумму своего вознаграждения предъявляют поставщику счет-фактуру или УПД с НДС. В свою очередь, поставщик на общей системе налогообложения имеет право предъявить НДС к вычету.

Поставщик может применять «доходную» и «доходно-расходную» УСН или АУСН. В части признания доходов, поставщики должны учитывать нюансы работы с посредниками. Дело в том, что из полученной суммы выручки от покупателя, агент самостоятельно удерживает причитающееся ему вознаграждение. Поэтому продавец по факту получает выручку уже за минусом вознаграждения.

Распространенной ошибкой плательщика УСН (АУСН) является занижение полученной выручки на сумму агентского вознаграждения.

Например, покупатель оплатил за товар 10 тысяч рублей, на счет поставщика Wildberries перечисляет 9 тысяч рублей, удерживая вознаграждение 10%.

Поставщик, независимо от выбранного объекта УСН, должен включать в налоговую базу всю перечисленную покупателем сумму – 10 тысяч рублей (п. 1

ст.346.15 НК РФ, письма Минфина РФ от 22.12.2020 г. №03-11-11/112598, от 01.08.2019 г. №03-11-11/57877).

Если поставщик применяет объект УСН «Доходы за минусом расходов», то сумму агентского вознаграждения он учтет в налоговых расходах (пп.24 п. 1 ст.346.16 НК РФ)

В заключении можно отметить, что Wildberries представляет значимую и перспективную торговую площадку онлайн шопинга, где можно приобрести множество товаров. С учетом быстрого роста маркетплейса, можно сказать, что компания становится монополистом в мире интернет-покупок. Стоит заметить, что продавцы, представленные на маркетплейсе, платят налоги, что в свою очередь стимулирует экономику РФ.

#### **Список литературы:**

1. Что такое wildberries. – Текст: электронный // Dzen.ru: [сайт]. – URL: <https://dzen.ru/a/ZGNo2YGbjDXQwzc1> (дата обращения: 01.03.2024).

2. Объективный взгляд на wildberries. – Текст: электронный // sravni.ru: [сайт]. – URL: <https://www.sravni.ru/text/bitva-marketplejsov-ozon-vs-wildberries> (дата обращения: 01.03.2024).

3. Самый скачиваемый маркетплейс за 2023 год. – Текст: электронный // tinkoff.ru: [сайт]. – URL: <https://secrets.tinkoff.ru/novosti/prilozhenie-wildberries-stalo-samym-skachivaemym-v-rossii/> (дата обращения: 01.03.2024).

4. Вайлдберриз для новичков. – Текст: электронный // vc.ru: [сайт]. – URL: <https://vc.ru/trade/360760-zahodim-na-marketpleysy-vayldberriz-dlya-novichkov> (дата обращения 01.03.2024).

5. История создания wildberries. – Текст: электронный // yandex.ru [сайт]. – URL: <https://yandex.ru/video/preview/7255412097205540735> (дата обращения 01.03.2024).

6. Как платить налоги на маркетплейс((WILDBERRIES)? – Текст: электронный // yandex.ru [сайт]. – URL: <https://rosco.su/press/kak-platit-nalogi-na-marketpleys-wildberries/> (дата обращения 01.03.2024).

<sup>1</sup>Зубов В. А., <sup>2</sup>Захаров А. А., <sup>2</sup>Фадеев А. В., <sup>2</sup>Хохрина К. А., студенты  
*Научный руководитель:* Карышев М. Ю., д-р экон. наук, профессор,

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

*zubov-01@list.ru, zaharovsashazaharov@gmail.com, titr1.k@yandex.ru,  
kristina29.02@mail.ru*

## **ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЕ И ГЕОЛОГИСТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ВОДНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Многие страны заинтересованы в установлении контроля над водно-транспортными коммуникациями, поскольку они имеют Геополитическое и геологистическое значение. Рассмотрим эту проблему, используя материалы, опубликованные в источниках [1-3].

Для оказания помощи в контрроперациях по борьбе с радикалами Нигеру Вашингтон выделил около 500.млн. долларов. Командование США построило самую дорогую военную базу с беспилотниками в регионе, правда сами американцы особо не вмешивались во внутренние конфликты.

Интерес Вашингтона заключался в наличии ресурсной базы и логистическим и транзитным потенциалом данного региона. Второй является очень важным фактором с точки зрения портовой инфраструктуры на западном побережья Атлантики. То количество нефти, газа и урана, над которыми хотел сохранить контроль Париж, но не смог, очень привлекало штаты. Именно это является одной из важнейших причин сохранения войск Америки в Нигере.

Имеется версия, что создание трех новых баз беспилотников – это своеобразный отход на подготовленную позицию, т.к. в случае изменения повестки властей Нигера, вполне возможно, что две базы, на которых уже дислоцируется ударные беспилотники, будут просто выгнаны с этой территории.

Пентагон рассчитывает хотя бы закрепиться на побережье. Ведь одна из причин его повышенного интереса к Нигеру – это транссахарский газопровод, он будет проходить от нигерских месторождений до европейских потребителей. Еще присутствует региональный интерес Алжира-крупного энергетического игрока и одного из ключевых в перспективе поставщиков энергоносителей для Евросоюза. Несмотря на то, что США пытались 20 лет наладить отношения с Нигером, почему-то сейчас они практически моментально думают покинуть страну. К этому ведут все события, хоть и Нигер пытается никелировать напряжение в связи с взращёнными беспилотниками Америки на их территории. Поэтому они плавно встали на «рельсы» своего суверенитета, о чем и говорит межрегиональный альянс, который направлен на сохранение военной безопасности своих территорий. Для штатов важно обеспечивать логистику, материально-техническое сопровождение своих баз, безопасность личного состава, и по большому счету, если они окажутся в окружении этого союза, то понесут определенные потери. Но Вашингтону это точно не нужно, потому что своими руками воевать руками не привык, поэтому они пытаются сохранить дистанцию со стороны военного конфликта и обеспечить плавный отход с сохранением контроля. Также США открыто называют одной из причин базирования беспилотников в этом районе -срыв строительства китайской военно-морской базы в экваториальной Гвинее. Ведь китайские корабли несут Америке угрозы по всем направлениям:

Военные морские силы НОАК расширили свой флот и вышли на новый уровень оснащённости; идет прямое выдавливание присутствия флота США на некоторых территориях; сеть портовой инфраструктуры, которая находится под контролем Китая, в том числе на африканском континенте говорит о потенциале двойного назначения.

Мали, Нигер и Буркина-Фасо создали оборонительный союз, альянс государств Сахеля, пресса уже окрестила его африканским НАТО.

Целью альянса стала коллективная оборона и взаимной поддержки, речь идет не только о нападении третьих стран, о и разблокировки дорог, стратегических инфраструктур, а также о прекращении деятельности повстанцев среди мирного населения. Кроме того, внутри альянса обсуждаются экономические меры поддержки, например введение в странах альянса единой валюты. Ранее данный альянс назывался G5, и находился под руководством Парижа, но союз оказался недееспособным, ведь основной его целью была контртеррористическая деятельность. К сожалению, для Франции, ее политика с борьбой с радикалами оказалась недейственной, что и пошатнуло альянс. А второй причиной развала являлся интерес Пентагона к этому региону, ведь Франция ничего не могла противопоставить США. Исходя из этого, альянс оказался не жизнеспособным, т.к. руководство Парижа несло за собой по большей части просто суть надзорного пункта за месторождениями полезных ископаемых, прикрываясь контртеррористической деятельностью и защитой территории.

В настоящее время происходит политическая перестройка всего региона, что является качественно новым примером интеграционного процесса в регионе, что обеспечивает в свою очередь собственный суверенитет. При всем при этом, альянс выполняет свою первоначальную обязанность, а именно проведение операции по борьбе с радикальными сторонами. Ключевыми приоритетами для членов союза сейчас выступает наличие силы и справедливости, что они и показывают своей объединённой деятельностью. Исходя из этого, можно сделать выводы, почему США теряет свое влияние в Африке.

#### Список литературы:

1. Новый премьер Франции и борьба за атомный рынок. Выпуск от 11.01.2024 г. – URL: [https://tvzvezda.ru/video/programs/this\\_morning/2024111955-PpFZW.html](https://tvzvezda.ru/video/programs/this_morning/2024111955-PpFZW.html).
2. Бубнова Г.В. и другие. Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 3-12.
3. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.

<sup>1</sup>Иванов А. П., аспирант,  
*artemiy.p.ivanov@gmail.com*

<sup>2</sup>Мизиев М. М., аспирант,  
*magomed.m.m07@gmail.com*

<sup>3</sup>Демина Е. А., студент,  
*demina.lizaa@gmail.com*

<sup>3</sup>Сузюмова К. А., студент,  
*karalilo@mail.ru*

*Научный руководитель:* <sup>3</sup>Чекулдова С. В., канд. экон. наук, доцент  
<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Научно-исследовательский институт железнодорожного транспорта (ВНИИЖТ)

<sup>3</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
*s.chekuldova@samgups.ru*

### МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЕ КОНТЕЙНЕРНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ, КАК КЛЮЧ К УВЕЛИЧЕНИЮ МИРОВОГО ТОВАРООБОРОТА

Мультимодальные перевозки подразумевают доставку грузов с использованием нескольких видов транспорта. Организацию таких перевозок осуществляет оператор, который контролирует перевозку на всём маршруте и оформляет единый документ на перевозку. Оператор мультимодальных перевозок обеспечивает услуги по перевозке, оформлению и перегрузке грузов, а также их хранению на протяжении всего пути. При этом грузовладельцу предоставляется возможность участвовать в организации процесса и выборе маршрута. Мультимодальные перевозки имеют некоторые сходства с интермодальными, также предполагающими использование нескольких видов транспорта. Однако есть отличия между ними, которые можно увидеть в таблице 1, в которой, опираясь на материалы, опубликованные в источниках [1-12], приведено сравнение основных аспектов этих двух видов перевозок.

Таблица 1

Отличия и сходства мультимодальных и интермодальных перевозок	
Мультимодальные перевозки	Интермодальные перевозки
<b>Отличия</b>	
Транспортировкой занята лишь одна логистическая компания	В работе по транспортировке груза может быть более одной логистических компаний участников
На весь маршрут оформляется один пакет документов	Составление нескольких пакетов документов
Ответственность лежит на одной компании, которая предоставляет услуги. Потребителю легко найти виновника и предъявить претензии за испорченный груз	Ответственность переходит от одной компании к последующим, которые выполняют услуги. Поэтому потребителю будет сложно определить, какой именно предъявлять претензии
<b>Сходства</b>	
В обоих вариантах доставка осуществляется по схеме «от двери к двери»	
В обоих вариантах используются несколько видов транспорта	

Организация мультимодальных перевозок действительно может быть сложной задачей из-за необходимости согласования действий нескольких видов транспорта, принадлежащих разным владельцам и имеющих различные технологии транспортировки. Кроме того, необходимо правильно оформить все требуемые документы. На рисунке 1 представлен алгоритм мультимодальной доставки грузов.

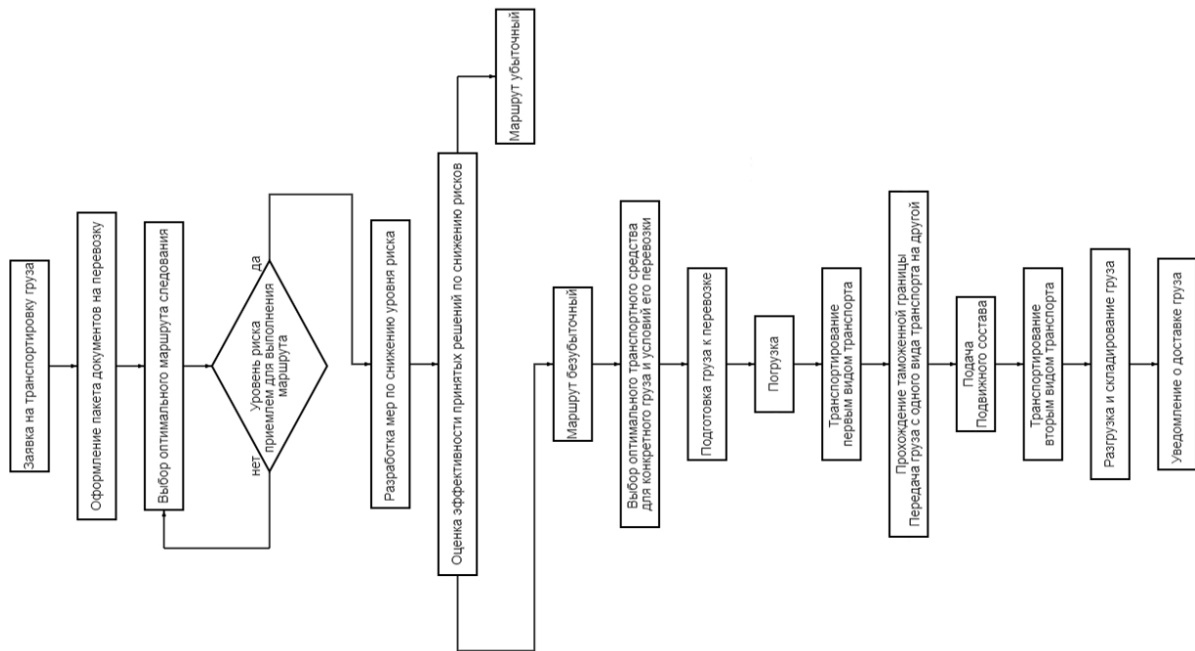


Рис. 1. Алгоритм мультимодальной доставки груза

Важным аспектом организации мультимодальных перевозок является выбор компетентного оператора, способного эффективно координировать взаимодействие различных видов транспорта и обеспечить надежность и безопасность доставки грузов. Также необходимо учитывать особенности каждого вида транспорта, а также требования и нормы, регулирующие перевозки. Это позволяет обеспечить оптимальную работу логистической цепи и минимизировать возможные проблемы при транспортировке грузов.

Много привлекательных факторов мотивируют потребителей выбирать мультимодальные перевозки:

1. Для перевозки грузов на большие расстояния.



2. Для снижения издержек за счёт сотрудничества с одной логистической компанией.

3. Для быстрой доставки благодаря слаженной работе всех участников процесса.

Однако, у мультимодальных перевозок есть и некоторые недостатки:

1. Большой риск потери или повреждения груза из-за множества видов транспорта и операций по обработке.

2. Более строгий контроль за грузами, что может вызывать определённые сложности.

3. Более длительные сроки доставки по сравнению с другими методами перевозок.

Различия в оценках подчёркивают неопределённость, связанную с текущим состоянием мировой экономики и потенциальными рисками.

Геополитические напряжения, тенденции к «деглобализации», высокая базовая инфляция и рост процентных ставок делают прогнозы экономистов осторожными. Годовой прирост мирового ВВП представлен на рисунке 2.

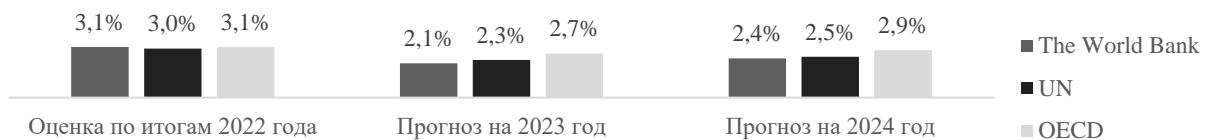


Рис. 2. Годовой прирост мирового ВВП, 2022-2023 гг., %

Увеличение спроса китайских потребителей на дорогостоящие товары существенно повлияло на рост европейского экспорта. Основной прирост наблюдался в категориях товаров, таких как фармацевтическая продукция, автотехника, электрические устройства, механическое оборудование и компьютеры. Однако стоит отметить изменения в объеме натуральной торговли: общий объем сократился на 5,5%, причем экспорт из Европы уменьшился на 14,5%, в то время как экспорт из Китая снизился лишь на 0,3%.

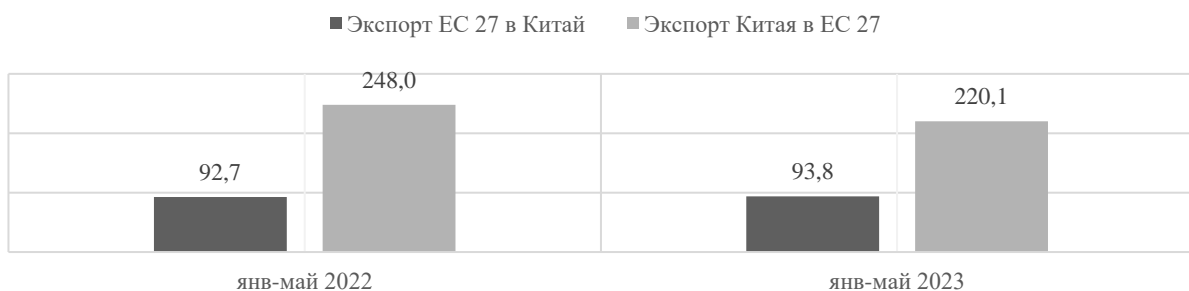


Рис. 3. Торговля Китая и Европы, январь-май 2022-2023 гг., млрд. евро

Интересно, что тенденция к увеличению дефицита в торговле между Европой и Китаем, начавшаяся в 2019 году, остановилась в 2023 году (см. рисунки 3 и 4). Максимальный уровень дисбаланса в торговле между этими партнерами был достигнут в третьем квартале 2022 года и составил €40,8 млрд. (в 2,9 раза больше по сравнению с предыдущим периодом). С начала четвертого квартала 2022 года началось снижение дефицита. В январе-мае экспорт из Китая превысил импорт на более чем 2,3 раза, что на 2,7 раза меньше, чем за аналогичный период 2022 года. Несмотря на улучшение

торгового баланса, важно отметить, что это произошло за счет сокращения объемов китайского экспорта, при сохранении стабильных показателей европейского импорта.

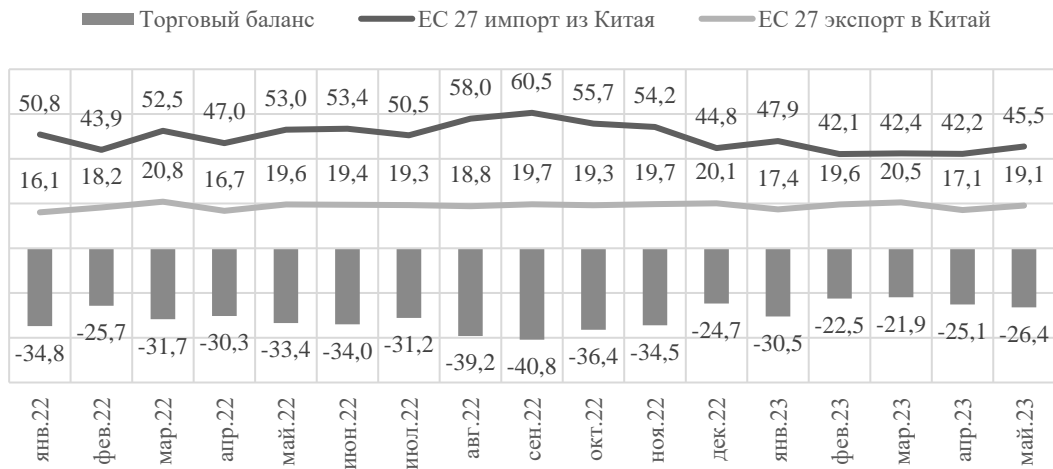


Рис. 4. Взаимная торговля Китая и Европы, 2022-2023 гг., млрд. евро

Транспортировка грузов в контейнерах становится наиболее экономичной при доставке на большие расстояния, особенно при использовании различных видов транспорта. Этот метод обладает несколькими преимуществами, включая отсутствие перегрузок при смене транспортного средства. Груз загружается в контейнер один раз и выгружается уже на складе получателя, что приводит к существенной экономии средств. Контейнерные перевозки в основном осуществляются морским транспортом, обеспечивая высокий уровень безопасности благодаря прочной конструкции и герметичности современных контейнеров. Технологии контейнерных перевозок успешно применяются на всех континентах, особенно в США, Канаде и Австралии. Это связано с уходом от состояния дорог и национальных ограничений на нагрузку, что способствует использованию железнодорожного транспорта в сочетании с автомобильными перевозками.

Международный опыт показывает, что контейнерные маршруты популярны в Европе, особенно в странах Евросоюза, где условия для эффективной перевозки также благоприятны. Административные и таможенные процедуры при пересечении границ здесь упрощены.

#### Список литературы:

1. Цифровые транспортные коридоры для перевозок грузов и пассажиров / А.А. Климов, В.П. Куприяновский, П.В. Куренков, О.Н. Мадяр // Вестник транспорта. – 2017. – №10. – С. 26-30.
2. Анализ подходов к определению пропускных способностей объектов транспортной инфраструктуры / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Электрон. журн. – 2020. – № 9. – С. 8-13.
3. Влияние экономических санкций на транспортную логистику Российской Федерации / П.В. Куренков и др. // Социально-экономический и гуманитарный журнал. – 2022. – №4(26). – С. 83-93.
4. Материальные потоки в макрологистических системах: систематизация и классификация / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2019. – №7. – С. 21-26.

5. Экономика мультимодальных перевозок проката черных металлов на направлении Муром – Шанхай / П.В. Куренков и др. // Экономика железных дорог. – 2024. – №2. – С. 31-43.

6. Куренков, П.В. Взаимодействие отправителей и получателей каменного угля при экспортных перевозках в смешанном сообщении / П.В. Куренков, А.В. Багимов // Материалы международного научнообразовательного форума. – Бургас: 2014. – №1(5). – С. 258-265.

7. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.

8. Куренков П.В., Серяпова И.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С. 32-40.

9. Куренков, П.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С. 16-24.

10. Вакуленко, С.П. Обзор и анализ научных исследований пассажирских перевозок в мегаполисной системе «город-пригород» / С.П. Вакуленко, П.В. Куренков, Ю.Н. Дранченко // Вестник транспорта. – 2016. – № 9. – С. 37-42.

11. Полянский, Ю.А. Топологическое моделирование взаимодействия хозяйств железной дороги / Ю.А. Полянский, П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление: научный информационный сборник. – 2003. – №7. – С. 8.

12. Тихомиров, В.О. Методика расчета экономических потерь железных дорог при взаимодействии с портами / В.О. Тихомиров, П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2005. – №11. – С. 37-43.

<sup>1</sup>Иванова Т. Д., <sup>2</sup>Зайцева В. А., <sup>2</sup>Митина В. Р., <sup>2</sup>Калинина Е. Д., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Мальшева О. В., канд. экон. наук, доцент

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
*itd2405@yandex.ru, v.alekseevnaa@yandex.ru, VikaMitina2015@gmail.com, lizakalinina263@gmail.com*

## **ГЕОЭКОНОМИЧЕСКОЕ, ГЕОЛОГИСТИЧЕСКОЕ И ГЕОСТРАТЕГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЗЕРНОВОГО РЫНКА**

Осенью 2023 года в Европе разразился большой скандал, поскольку Польша пообещала заблокировать вступление Украины в Евросоюз, если та не откажется от поставок своего дешёвого зерна. Варшаву поддержали ещё четыре страны ЕС – Болгария, Словакия, Венгрия и Румыния. Они отказались пускать украинскую пшеницу на свои рынки, защищая фермеров от демпинга.

Киев даже подал на них в суд. Почему единство Европы оказалось под угрозой из-за хлеба? Или пшеница стала чем-то большим, чем просто злак? Многие уже называют зерно новой валютой или новой нефтью. Как будет выглядеть мир, в котором правят экспортеры зерна и денежные злаки? Как Запад сумел превратить зерно в орудие шантажа? Попробуем ответить на этот вопрос, опираясь на материалы, опубликованные в работах [1-12].

Зерновые скандалы были африканских странах. Пшеницу, которая поступает по гуманитарным программам ООН и США, воровали в Гвинеи в 2007 году, в Сомали в

2011 году. Возможно, что в Эфиопии случилось подобное. Сейчас идет расследование, но вообще не все так однозначно. Особенно, если принимать во внимание тот факт, что Эфиопия вошла в БРИКС. Действительно, по странному совпадению о своем демарше, американцы объявили в июне, сразу после того, как Эфиопия подала заявку на вступление в БРИКС. По сути, посмотрела в сторону России и Китая.

Получатели продовольственной помощи, безусловно, должны поддерживать действия США на международной арене, поддерживать действия американских компаний в своей стране. И когда государства, которые получают американскую помощь, начинают вести независимую политику, они могут лишиться этой помощи. И, как правило, они её лишаются. Возьмём Нигер. За 22 года эта страна получила помощь почти на 260 миллионов долларов. Всё это время исправно голосовал как нужно Вашингтону. Например, в феврале 2022 года в ООН осудил Москву за специальную военную операцию. Но затем в Нигере случился переворот, и он моментально лишился поддержки США.

Остаться без хлеба – страшный сон правительств большинства государств. Многие десятилетия пшеница уверенно занимает второе место в мире по объёмам производства. На первом – царица полей кукуруза. На пшеницу приходится 35 % от всего рынка зерновых. Это ведущая хлебная культура во многих странах мира. Пшеничная мука используется для выпекания хлеба, изготовления кондитерских и макаронных продуктов. Корма для животных, алкогольные напитки – это тоже пшеница. В 2022 году на планете было выращено 780 миллионов тонн.

Ведущий производитель пшеницы – Китай. В 2022 году вырастил 138 миллионов тонн. На втором месте ЕС – 134 миллиона. У Индии – 103. У России – 91 миллион тонн. Замыкают пятёрку производителей пшеницы США. В прошлом году они произвели 45 миллионов тонн. Зерновые проблемы СССР для России уже не актуальны. Мы – мировой лидер по экспорту зерна. Объёмы производства позволяют торговать пшеницей без ущерба для внутреннего рынка. Также ведущими экспортёрами считаются США, Австралия и Канада. До начала специальной военной операции в список ведущих экспортёров входила и Украина. Но махинации Запада с зерновой сделкой поставили на стабильных доходах Киева большой крест.

Глава внешнеполитического ведомства ЕС Жозе Боррель не раз обвинял Москву в крахе международной продовольственной безопасности. По большому счёту пшеница, как мы знаем, украинскому правительству не принадлежит. А огромные объёмы зерна – это собственность как раз тех самых американских компаний, которые скупил, как мы знаем, большие куски земельного фонда Украины. Ну и, собственно, именно эти компании и несут главные убытки из-за того, что не могут вывезти и продать свою продукцию. Собственно, в интересах именно этих компаний и работает тот же самый господин Жозеп Боррель. Во-вторых, теперь без зерновой сделки Евросоюзу приходится прикладывать усилия для экспорта украинского зерна сухопутными путями. И здесь брюссельские чиновники наталкиваются на сопротивление приграничных стран: Польши, Венгрии, Словакии, Болгарии, Румынии. Они сами выращивают зерно и боятся конкуренции украинской продукции. Как же вышло, что украинские зерновые интересы вдруг стали американскими?

Корпорации уже давно посадили мир на свои семена. Обычные не дают большого урожая. Генно-модифицированные не боятся жары, холодов и урожаи дают огромные. Взять технологию терминатор. Так назвали генетическую стерилизацию семян. После такой обработки получаются одноразовые злаки, второго урожая не будет. Каждый сезон придется покупать новые. Впрочем, можно приобрести многократные зерна.

Средний срок жизни гибрида составляет 3-5 лет. А генетически модифицированной пшеницы ещё короче. Год-два, и всё, вырождаются. Для чего они это делают? Для того, чтобы авторские деньги получать – так называемые «роялти». Вот и приходится фермерам каждый год платить собственникам патента или покупать новые семена. Ещё совсем недавно Байер, владеющий Monsanto, по сути, мог в любой момент лишить любую страну клиента урожая. Теперь такой фокус не пройдёт. На рынке семян появились новые игроки. Правда, суть осталась прежняя. Хочешь снизить затраты на производство и обойти конкурентов? Иди на поклон корпорациям.

Во время Великой Отечественной войны в блокадном Ленинграде Вавиловская коллекция была сохранена. Двенадцать сотрудников Института растениеводства, в котором она находилась, умерли от голода. Но не тронули ценнейшие запасы. После войны пополнение банка семян продолжилось, и сегодня коллекция, в которой собраны семена со всего мира, просто бесценна. Хотя в прессе порой появляется ориентировочная стоимость банка семян в Санкт-Петербурге – 8 триллионов долларов. Нечто подобное Вавиловской коллекции, правда, меньше конечно же по масштабу, находится в Норвегии.

В 2018 году на арктическом архипелаге Шпицберген было создано хранилище семян, которое назвали хранилище судного дня. Располагается оно в горной породе на высоте 130 метров над уровнем моря и считается, что может выдержать не только сильное землетрясение или глобальное потепление, но даже ядерный взрыв.

После начала специальной военной операции (СВО) Россия фактически избавилась от влияния западных ТНК. Поставщики сельхозпродукции американские Каргил и Банги и канадская Виттера наш рынок покинули. Но отечественное зерно все равно поступает на мировые рынки. Освободившуюся нишу заняли российские трейдеры и торговые компании из дружественных стран. При этом в производстве зерна побиты рекорды СССР.

Вот прошлогодний рекорд – это абсолютно исторический рекорд за все времена в Российской Федерации – 157 миллионов тонн. В этом сезоне ожидается второй в историческом развитии урожай. Российские порты сейчас работают на пределе. Никогда ещё страна не вывозила столько зерна. Западные эксперты уже и романтическое название урожаю придумали – русское зерновое оружие. Но как мы сможем это оружие применить на практике? После начала СВО зерно подорожало на 60 %. В год России продаёт его на 40 миллиардов долларов. Это больше, чем зарабатывают оружейники. Примерно столько же зарабатывают для страны газавики. До нефтяных доходов ещё далеко, но темпы набраны высокие.

В марте 2022 года, несмотря на колоссальное давление, половина африканских стран отказались голосовать в ООН за резолюцию с осуждением России за СВО. Во всех международных организациях при принятии серьезных решений существует принцип незыблемый – одна страна, один голос. Вот с точки зрения экономических таких заходов мы еще можем и должны получить вот эти вот политические дивиденды.

Американское издание «National Interest» нагнетает – даже глобальное потепление за русских, скоро заколосится Сибирь. Сегодня в России засевают 85 миллионов гектаров. По расчётам российских учёных, площадь пахотных земель со временем увеличится на 40 миллионов. К 2028 году Москва будет контролировать 20 % мирового рынка зерна. Эти факторы являются односторонними, потому что они потенциально позволят России обрести ещё одно оружие для ведения её гибридной войны. И это оружие – пшеница.

Украинские земли уже не в аренде, а фактически в собственности американцев. 8 мая 2023 года правительство Незалежной и корпорация «BlackRock» подписали соглашение о создании Фонда развития Украины.

Формальной целью предприятия является привлечение инвестиций в энергетику, инфраструктуру и сельское хозяйство. На деле это означает завершение тотальной распродажи основных активов и, главное, чернозема.

Но как же законы? Всё сделано так, что комар носа не подточит. Ещё в июле 2022 года Верховная Рада приняла закон №7451. Он позволяет приватизировать госпредприятия по упрощённой процедуре, без предварительного аудита и возможностью дисконта до 50 %.

Официальная причина принятия – срочное пополнение бюджета Украины, а по сути – передача собственности иностранцам. Всю эту ситуацию историки могли бы назвать вторым великим зерновым ограблением.

А какие перспективы у России? В последние годы аграрный сектор активно развивается. Например, с 2016 года сельхозпроизводство в стране выросло на 69 %, с 76 миллиардов долларов до 129 миллиардов долларов в 2022 году. У нас перспективы огромные. И мы можем доминировать в мировом рынке на продовольственных ресурсах очень серьезно. И используйте это, в том числе, как геополитический ресурс. Нам удалось не только улучшить ситуацию с собственной продовольственной безопасностью, но и начать обеспечивать продовольствием другие страны. Экспорт агропромышленного комплекса вырос с 2016 года более чем в два раза, с 18 до 42 миллиардов долларов.

В современном мире зерно уже стало стратегическим товаром, наряду с нефтью, газом и редкоземельными металлами. По оценкам ООН, к 2050 году потребление человечеством зерновых вырастет на треть. А у России есть все шансы стать крупнейшим в мире поставщиком этой сельхозпродукции. Основатель банкирской династии Ротшильдов Натан как-то сказал: «тот, кто владеет информацией, тот правит миром». Ну, наверное, уже в ближайшем будущем можно будет отредактировать эту формулировку: «тот, кто владеет хлебом, тот правит миром». Потому что вопросы продовольственной безопасности в наше время выходят на первый план.

#### **Список литературы:**

1. Веденяпин, П. Зерновое оружие: как укрощают строптивых / П. Веденяпин, П. Селезнев, А. Ильинских // Экономика и бизнес // ТВЗвезда URL: <https://m.tvzvezda.ru/schedule/programs/201705051916tpaz.htm/2023112111-iSNiM.html> (дата обращения 02.11.2023).

2. Трофименко, Е.Ю. Проблемы российского потребительского рынка круп и зерновых в условиях нестабильности внешней среды / Е.Ю. Трофименко, И.В. Рычкова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2022. – №3. – С. 176-184.

3. Рязанов, В.А. Влияние мирового рынка на внутренние цены на зерно в России / В.А. Рязанов // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2022. – №4. – С. 50-59.

4. Куренков, П.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С. 32-40.

5. Куренков, П.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С. 16-24.

6. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 23-30.

7. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.

8. Мультиmodalная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С. 15-23.

9. Котляренко, А.Ф. Повышение эффективности внешнеторговых перевозок через порты Юга России / А.Ф. Котляренко, Э.В. Тучков, П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 2003. – № 2. – С. 30-35.

10. Афенин, О.М. Конкуренция между магистралями направления «Север - Юг» и геополитическая безопасность России в Каспийском регионе / О.М. Афенин, П.В. Куренков, Н.В. Мойсевич // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2014. – №3. – С.12-24.

11. Куренков, П.В. Ситуационно-логистическая система управления перевозочным процессом / П.В. Куренков, В.А. Мартыничук, М.А. Нехаев // Логистика и управление цепями поставок. – 2008. – №5(28). – С. 25-34.

12. Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии / Г.В. Бубнова и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С.3-12.

Иващенко И. И., студент

*Научный руководитель:* Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*ivashchenckoinna@yandex.com*

## **СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ РЕЦИКЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Актуальность.** На сегодняшний день проблема реализации концепции рециклинга одна из наиболее актуальных. В развивающихся странах количество отходов постоянно растёт из-за индустриализации и улучшения уровня жизни населения. В развитых странах рост количества отходов в последние годы стабилизировался. Но при этом каждый год только в странах Европейского союза производится около двух миллиардов тонн отходов, из которых около 200 миллионов составляют бытовые отходы. Крайне актуальна данная проблема и для нашей страны.

В зарубежных странах реализация концепции рециклинга насчитывает более сорока лет, и как следствие, уже накоплен значительный опыт в данной области. На данный момент, за рубежом уже сформирована т.н. «экономика замкнутого цикла» – концепция, подразумевающая максимальное вторичное использование отходов, причем данное правило закладывается еще на этапе проектирования и создания продукта.

Концепция устойчивого развития общества, являющаяся неотъемлемой частью государственной политики развитых стран, подразумевает развитие промышленного производства, рациональное использование ресурсов и поддержание редуцирующего потенциала биосферы.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Обзор научных источников показал заинтересованность учёных в решении данной проблемы: Калтяев Ю.В. рассматривал отдельные аспекты внедрения концепции рециклинга в бизнес-процессы предприятия; Хачатурян А.А., Пономарева С.В., Серебрянский Д.И. показали

автоматизацию и роботизацию бизнес-процессов в высокотехнологичных компаниях, Мамедова Н.А. изучила бизнес-процессы с точки зрения проектного управления; Абдрахимов В.З. исследовал рециклинг без применения природных традиционных материалов в производство кислотоупорных материалов, Водолажская Е.Л., Останина С.Ш. представили региональные особенности потенциала экономики замкнутого цикла в современных условиях.

Однако, недостаточная изученность рециклинга в системном понимании обуславливает необходимость проведения научных исследований в этом направлении.

**Цель исследования:** изучить сущность и значение рециклинга на предприятии.

**Результаты исследования.** В последние годы широкое распространение получили экологически ориентированные методы управления логистикой: Green Supply Chain Management; применение логистических подходов к управлению отходами, т.е. разрабатываются и совершенствуются концепции обратной логистики и переработки.

Следует учитывать, что утилизация отходов важна не только с точки зрения охраны окружающей среды, но и с точки зрения максимизации прибыли промышленного предприятия, поэтому необходимость внедрения обратной логистики является весьма актуальной проблемой и требует ориентации на новые концепции обращения с отходами [1].

Несмотря на то, что существует достаточно много исследований и соответствующих публикаций, не так много работ посвящено проблемам обратной логистики.

Обратная логистика (рициклинг) – это научная область, в которой проведено недостаточное количество исследований, в первую очередь из-за отсутствия спроса со стороны производителей. Многие промышленные предприятия избегают организации реверсных потоков, так как считают это очень затратным процессом [1].

Реверсивная логистика использует комплекс логистических инструментов в решении эколого-экономических задач природопользования и охраны окружающей среды, улучшении имиджа промышленного предприятия. Таким образом, это современная концепция обращения с отходами промышленных предприятий как ресурсных потоков, которая должна учитывать:

экономические и социальные аспекты эффективности управления;

технологии использования перерабатываемых отходов в производстве или потребителями в качестве новой продукции.

То есть обратная логистика должна полностью соответствовать международному символу рециклинга – ленте Мебиуса, которая наглядно демонстрирует систему замкнутого производственного цикла, когда отходы становятся основой в производственном цикле [2].

Процесс рециклинга делят на две большие группы (таблица 1).

Таблица 1

Виды рециклинга [3]	
Вид рециклинга	Что сюда входит
Внутренний	Повторное применение полезных отходов, образовавшихся в результате производственной деятельности. Примеры: обрезки металла, древесная или металлическая стружка и др.
Внешний	Продукты, пришедшие в негодность, например, из-за морального устаревания, утраты эксплуатационных свойств, в результате физического износа

К основным задачам обратной логистики относятся:

приобретение специализированного транспорта для перевозки отходов;

оптимизация транспортных маршрутов от мест сбора до мест переработки, утилизации отходов, в результате чего будут сведены к минимуму затраты на их



транспортировку;

своевременная утилизация отходов, которые могут быть использованы повторно; оперативный вывоз, обезвреживание и утилизация отходов, не подлежащих утилизации.

Эффективная и экономически обоснованная организация сбора, переработки, транспортировки, хранения или утилизации, обезвреживания позволит минимизировать издержки промышленных предприятий и снизить вредное воздействие на окружающую среду и здоровье населения всех составляющих обращения с отходами.

Основными функциями обратной логистики промышленных отходов являются организация [4]: сбор; обработка; хранение, а при необходимости и транспортировка; процесс утилизации и управления отходами; вывоз, обезвреживание отходов, не подлежащих утилизации; контроль воздействия на окружающую среду и здоровье человека отходов в процессе обращения с ними.

Обратная логистика промышленных отходов включает в себя движение следующих основных материальных потоков, а именно отходов, которые:

перерабатываются или используются повторно, в результате чего компания получает дополнительную прибыль;

утилизируются для получения отдельных видов продукции;

непригодны для утилизации.

Субъектами обратной логистики промышленных отходов являются [5]: производственные предприятия; предприятия, осуществляющие сбор или переработку отходов; потребители.

Производители или компании, занимающиеся сбором или переработкой отходов, могут создать собственные логистические отделы, но наиболее экономически выгодным способом является делегирование логистических функций аутсорсинговым компаниям или группе таких компаний.

Обратная логистика включает в себя потоки, образующиеся в результате производственных процессов (например, промышленные отходы, промышленные сбросы), которые после соответствующей переработки могут быть повторно использованы на стадии производства того же предприятия или могут быть использованы на других промышленных предприятиях или в других отраслях экономики.

Основными проблемами обратной логистики является отсутствие [1]:

каналов возврата отходов;

специализированного транспорта для перевозки отходов;

очистных сооружений и сопутствующего оборудования, отвечающего экологическим и экономическим требованиям;

информационных технологий, обеспечивающих эффективную организацию движения в обратном направлении или разработку отдельных модулей, интегрированных в существующую информационную систему;

своевременной и полной информации об обратном движении отходов;

специалистов.

Все эти проблемы обратной логистики требуют комплексного подхода к их решению, ведь системы, которые будут строиться только с учетом улучшения возвратных потоков, заранее обречены на неэффективную экономию средств. Эффективная система обратной логистики должна включать в себя информационное обеспечение, т.е. постоянный сбор данных и эффективный анализ.

Внедрение инструментов обратной логистики в деятельность отечественных предприятий позволит минимизировать издержки процесса прохождения потоков отходов при сохранении необходимого уровня экологической безопасности

предприятий, что является одним из важнейших требований устойчивого развития нашей страны.

#### Список литературы:

1. Бублик, М.И. Обратная логистика как элемент механизма регулирования техногенных потерь промышленных предприятий / М.И. Бублик, Т.А. Коропецкая. – Текст: электронный. – URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16725/1/24-Bublyk-40-42.pdf>.
2. Воронина, Р. М. Логистика рециклинга. Логистика / Р.М. Воронина. – 2008. № 623. – С. 28–33.
3. Букринская, Э. Логистическое обеспечение рециклинга ТБО (твердых бытовых отходов) в мегаполисе / Э. Букринская, Л. Мясникова // РИСК (Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция). – 2016. – № 4. – С. 38-45.
4. Карх, Д. Некоторые теоретические и прикладные аспекты возвратной логистики / Д. Карх, С. Потапова // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2012. – № 2. – С. 118-122.
5. Сагайдак-Никитюк, Р.В. Логистический подход в управлении запасами отходов на фармпредприятии / Р.В. Сагайдак-Никитюк // Ремедиум. – 2008. – № 11. – С. 53-56.

<sup>1</sup>Казеев Р. Д., аспирант,  
*radmir080@gmail.com*

<sup>2</sup>Филипченко Н. С., аспирант,  
*radmir080@gmail.com*

<sup>1</sup>Пьянова Е. С., студент  
*pyanova-2001@mail.ru*

<sup>1</sup>Михайлова А. А., студент  
*mikhaylovaalisa1234567@mail.ru*

Научный руководитель: <sup>1</sup>Карышев Михаил Юрьевич, д-р экон. наук, профессор

<sup>1</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

<sup>2</sup>Московский государственный технический университет (МГТУ)

### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ, ЛОГИСТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ АРКТИКИ ДЛЯ РОССИИ И МИРА

Арктика представляет собой регион с огромным геоэкономическим, геологическим и геостратегическим значением, привлекающим внимание многих стран и активизирующим конкуренцию за доступ к ее ресурсам и транспортным маршрутам. Постараемся раскрыть эту тему, используя материалы источников [1-12].

Геоэкономическое значение Арктики. В настоящее время основные риски в неограниченных пространствах арктического бассейна носят не только политический, но и экономический характер. Борьба ведется за ресурсы рыболовства: на Берингово море приходится почти 50% общего вылова США, а для Норвегии продукция рыболовства - вторая по значимости статья экспорта (более 3,0 млрд. евро). Углеродные ресурсы арктического шельфа превышают 100 млрд. Из них практически две трети приходится на российскую Арктику, в то время как объем добычи на норвежском шельфе будет неуклонно сокращаться.

Серьезные споры существуют у Канады с Данией из-за о. Ганса – небольшого островка, затерянного в арктических льдах между датской Гренландией и крупным

канадским островом Эльсмер. Считается, что прилегающая акватория богата ценными морепродуктами, а шельф – запасами нефти, поэтому удовлетворяющего обе стороны решения не видится даже в перспективе. Есть разногласия в отношении отдельных участков Арктики между Данией и Норвегией, хотя все перечисленные страны являются членами НАТО.

Геологистическое значение Арктики. С геологистической точки зрения, важность Арктики заключается в ее географическом положении. Особое значение приобретают транспортные коридоры и их режим (национально регулируемый или свободный). Как правило, проявления конкуренции в этих сферах сопряжены, а мотивы сторон при рассмотрении с точки зрения указанных направлений тесно переплетены. При этом противоречия определяются борьбой за правовой контроль над пространствами, финансовый и технологический контроль за видами деятельности [4].

Через Арктику проходит кроссполярный авиамост (кратчайший путь между Северной Америкой и Азией) и Северный морской путь (кратчайший морской путь между Восточной Азией и Европой). Стратегическим транспортно-промышленным узлом, интегрированным в Северный морской путь как транспортный коридор, является действующий порт Архангельск. Пропускная способность транспортно-логистического хаба – до 11,5 млн тонн/год [1]. Порт располагает мультигрузовыми терминалами, функционирующими в режиме круглосуточного/круглогодичного обслуживания. Имеет выгодное географическое расположение и обеспечивает прямой выход в Мировой океан как в западном, так и в восточном направлении. Располагает значительными резервами портовых и подъездных железнодорожных мощностей, в отличие от других действующих портовых площадок Северо-Западного региона.

Исходя из этого, Северный морской путь и Северо-Западный путь, становятся все более привлекательными для международной торговли из-за сокращения времени и расходов на перевозки между Европой и Азией. Это открывает новые возможности для развития транспортной инфраструктуры и экономического сотрудничества в регионе.

Транспортной стратегией Российской Федерации на период до 2030 года, Стратегией социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа до 2030 года предусматривается строительство глубоководного района морского порта Архангельск. Район планируется построить вблизи маяка на мысе Куйский, в 3 км к северо-западу от устья реки Куи. Площадь глубоководного порта составит 270 га, в том числе 150 га придется на искусственные участки земли. Планируется строительство подходного канала длиной около 10 км и шириной 160 м. Стоимость строительства оценивается в размере 149,8 млрд. рублей в ценах соответствующих лет. Реализация планируется в два этапа: 2018-2023 (проектирование, строительство, ввод в эксплуатацию) и 2026-2028 (расширение инфраструктуры и выход на проектные мощности). Управляющей компанией по проекту является АТПУ «Архангельск», генеральный директор – Сергей Кокин [3].

Геостратегическое значение Арктики. С точки зрения геостратегии, контроль над Арктикой имеет важное значение для многих стран, так как это обеспечивает доступ к стратегическим ресурсам и морским путям. Существует соперничество внутри «арктической пятерки», к которой относят пять государств, примыкающих к Северному Ледовитому океану: Россию, Канаду, Норвегию, Данию (Гренландию), США. С оговорками в арктический пул включают еще три страны – Швецию и Финляндию, которые не имеют прямого выхода к этому океану, но часть их территорий расположена за Северным полярным кругом, а также Исландию, чей один из крохотных островов (о. Гримси, чуть более 5 км<sup>2</sup>) находится за полярным кругом [2].

В политическом плане ситуация в Арктике складывается двояко. С одной стороны, арктические страны не хотят увеличения количества государств,

претендующих на ту или иную часть региона. С другой стороны, США, Канада, Норвегия и Дания стремятся не допустить доминирования России в арктической зоне. Более того, они претендуют на перераспределение в свою пользу вод, земель и шельфов арктического ареала. Россия в Арктике не имеет возможности опереться на кого-либо из своих сторонников, в то время как остальные страны объединены экономически и военно-политически в такие структуры, как Евросоюз и НАТО. Можно сказать, что внутри многосторонней арктической проблемы сложилось как бы два полюса: один – российский, второй – из остальных приполярных государств. Таким образом, Арктика представляет собой важный регион с большим потенциалом для развития и сотрудничества между странами. Однако, для эффективного использования ее ресурсов и устойчивого развития необходимо учитывать интересы всех заинтересованных сторон и сотрудничать на международном уровне.

#### **Список литературы:**

1. Арктика // Большая Советская Энциклопедия. 3-е изд. / Гл. ред. А. М. Прохоров. – М.: Советская Энциклопедия, 1970. – Т. 2. Ангола – Барзас. – С. 203–205.
2. Буянов, В.С. Внешнеполитическая деятельность и международная безопасность России: учебное пособие / В.С. Буянов. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2017. – С. 210-230.
3. О стратегическом планировании в Российской Федерации: Федеральный закон // Официальные документ: Официальный интернет-сайт Федерального дорожного агентства. – URL: [gosavtodor.gov.ru](http://gosavtodor.gov.ru).
4. Вардомский, Л. Б. Развитие транспортных коридоров постсоветского пространства в условиях современных геополитических и экономических вызовов (научный доклад) / Л. Б. Вардомский, М.О. Тураева. – М: Институт экономики РАН, 2018. – 66 с.
5. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 23-30.
6. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.
7. Мультиmodalная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С. 15-23.
8. Афенин, О.М. Конкуренция между магистралями направления «Север - Юг» и геополитическая безопасность России в Каспийском регионе / О.М. Афенин, П.В. Куренков, Н.В. Мойсевич // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2014. – №3. – С. 12-24.
9. Логистика взаимодействия Центра координации работы компаний-операторов Южно-Уральской железной дороги и морских портов / А.С. Левченко и др. // Бюллетень транспортной информации. – 2007. – № 1(149). – С. 15-20.
10. Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии / Г.В. Бубнова и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 3-12.
11. Куренков, П.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С. 32-40.

12. Куренков, П.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С. 16-24.

Калькова Н. Н., канд. экон. наук, доцент  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный  
университет им. В.И. Вернадского», РФ  
*nkalkova@yandex.ru*

## РЕАЛИЗАЦИЯ ЗАДАЧ МАРКЕТИНГА 4.0 ПОСРЕДСТВОМ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

**Актуальность.** Развитие Маркетинга 4.0, как модернизация предыдущей модели, направлено на поддержание производителем/продавцом взаимодействия с брендом в эпоху цифровых технологий, путем анализа четырех его компонентов для оценки удовлетворенности клиентов и понимания его намерения совершить покупку. Следует отметить, что идентичность бренда и его имидж являются значимыми факторами, определяющими удовлетворенность клиентов, и одними из основных компонентов в намерении совершить покупку. Однако, обнаружить существенные взаимосвязи между ценностью бренда или взаимодействием бренда с удовлетворенностью клиентов и намерением совершить покупку классическим маркетинговым инструментарием достаточно сложно. В данной связи, развитие нейромаркетинговых технологий и нейромаркетингового инструментария позволит более точно оценить поведенческие компоненты при принятии решения о покупке, реализация которых в маркетинговых стратегиях может повлиять на удовлетворенность клиентов, повысить их покупательские намерения в отношении конкретного бренда и, следовательно, обеспечит реализацию долгосрочных целей устойчивого бизнеса.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Известный ученый-маркетолог Котлер Ф., рассматривая бренд как «название, термин, знак, символ или дизайн или их комбинацию, которые идентифицируют товары или услуги одного продавца или группы продавцов и отличают их от товаров или услуг конкурентов» [1, с. 985], отмечал, что успешный брендинг может повысить ценность продукта, а наличие высокой репутации бренда, т.е. наличие мощного бренда, является ценным активом на рынке, в результате чего большинство продуктов брендированы, даже фрукты и овощи, что показывает значимость бренда как важной составляющей товара для потребителя. Таким образом, брендинг не только идентифицирует продукт для покупателей, но и ассоциативно «сообщает» покупателям информацию о качестве продукта, а также обеспечивает основу, на которой может быть построена история об особенностях продукта. Котлер Ф. и др. в 2016 г. своей работе «Маркетинг 4.0: Переход от традиционного к цифровому» [2] представили новую концепцию маркетинга 4.0 как интеграцию четырех значимых элементов: идентичности бренда, имиджа бренда, целостности бренда и взаимодействия с брендом, первые три из которых были частью маркетинга 3.0 (модель 3i) [3], а переход к маркетингу 4.0 предполагает переход к более инклюзивному, горизонтальному и социальному подходу к маркетингу [2, с. 11]. Интернет вещей (IoT) и новейшие доступные технологические инструменты, связанные с Web 3.0, нейромаркетингом, изменили структуру маркетинга и положили начало изучению последнего компонента – взаимодействия с брендом непосредственно через скрытые, неконтролируемые, но достоверные нейрофизиологические реакции как ответ на

предъявляемые товары в виде окулографических, эмоциональных реакций, паттернов мозговой активности, которые позволяют с высокой точностью оценить потребительское внимание, отношение и намерение в процессе выбора конкретного товара или его отдельных атрибутов, а также бренда в целом.

**Цель исследования.** Цель данной статьи – показать Маркетинг 4.0 как ключевой элемент современной бизнес-стратегии, а также указать на необходимость использования нейромаркетингового инструментария для более полного понимания потребительского поведения в модели «черного ящика» в условиях реализации концепции Маркетинг 4.0.

**Результаты исследования.** Маркетинговая деятельность предприятия не является статичным процессом, поскольку в условиях высокой турбулентности на рынке необходимо искать новые пути развития и приспосабливаться к конкретным пространственно-временным рамкам, в результате чего эффективность и устойчивость функционирования предприятия в долгосрочной перспективе обеспечивается тесным взаимодействием со всеми субъектами рынка, и, в большей степени, с потребителями. В данной связи эволюция концепций маркетинга иллюстрирует смещение фокуса внимания от маркетинга, ориентированного на продукт (Маркетинг 1.0), к маркетингу, ориентированному на клиента (Маркетинг 2.0), и к маркетингу, ориентированному на человека (3.0). В концепции Маркетинг 4.0 обосновывается необходимость серьезного перехода от предыдущего понимания маркетинга с учетом нового технологического уклада в направлении он-лайн и офф-лайн-взаимодействия между компаниями и потребителями, что обусловлено трансформационными процессами в торговой сфере, появлением новых информационно-коммуникационных технологий, которые с одной стороны, повлияли на поведенческие привычки в условиях постоянно меняющихся потребностей человека, а с другой – привели к появлению парадоксов в маркетинге: связанности и интегрирования реальной и виртуальной торговли, повышение информированности покупателя в условиях значительного информационного шума и необходимости повышения узнаваемости бренда. Действительно, если раньше потребители руководствовались собственными предпочтениями, которые обычно формировались с помощью рекламных кампаний, то теперь, когда потребители принимают решение о покупке, они уделяют больше внимания своему социальному окружению, оценивают отзывы и советы о продуктах или услугах как он-лайн, так и офф-лайн, при этом значительно возросла роль параметров удобства, эффективности и доступности товаров, в результате чего потребители, наряду с традиционным форматом торговли, часто выбирают цифровые решения для удовлетворения своих потребностей. Таким образом, в индустрии 4.0 наблюдается устойчивая тенденция к пониманию потребителей, которая включает изучение их потребностей, поведения, и предвосхищение намерения совершить покупку, для улучшения потребительского опыта, стимулирования намерения совершить повторную покупку и продвижения бренда, являющиеся ключевыми компонентами маркетинговых методов, которые эволюционировали в Маркетинг 4.0. Как справедливо отмечают исследователи «потребители никогда не были так близки к бизнесу, как сегодня» [4, с. 592].

Критерии выбора связаны с комплексом маркетинга, в результате «маркетологи должны понимать, почему потребителей выбирают те или иные товары, которые производит фирма с тем, чтобы компания могла разрабатывать свой маркетинговый комплекс в соответствии с потребностями и пожеланиями клиентов. Именно благодаря успешному анализу критериев выбора компания может выявить набор основных требований потребителей, которые должна удовлетворить, чтобы добиться успеха на рынке, поскольку при выполнении или перевыполнении этих ключевых условий лучше, чем конкурентами, формируется конкурентное преимущество» [5, с. 19-20].

Ученый Джоббер Д. также отмечает, что потребители оценивают, сознательно или подсознательно, продукты и услуги в соответствии со своими критериями потребительского выбора, которые делятся на две части: экономическую, состоящую из критериев, связанных, например, с долговечностью, надежностью и производительностью, и психологическую, включающую самооценку, удобство и удовольствие [5, с. 20], для изучения и оценки которых ранее использовались глубинные интервью, фокус-группы и опросы, основанные на изучении поведения, продемонстрированного или явно выраженного потребителем, однако, по мнению ряда ученых, являющиеся недостаточными для понимания потребительского поведения в целом.

В результате, в последние годы исследователи начали проявлять интерес к изучению подсознательных процессов, определяющих сознательные реакции потребителей, на основе нейромаркетинговых технологий, которые, в режиме реального времени, позволяют оценить потребительские реакции на различные маркетинговые стимулы, и обеспечить более комплексное потребительское понимание на всех этапах принятия решения о покупке, что имеет решающее значение для формирования новых маркетинговых практик, реагирование на потребительские предпочтения, запуск маркетинга в режиме реального времени. Можно сказать, что нейромаркетинг – это передовая область исследований, посвященная раскрытию тонкостей процесса принятия решений, которая обладает потенциалом для создания и разработки более полезных и приятных продуктов, упаковки и бренда, совершенствования стратегий ценообразования, коммуникаций и реализации более эффективных маркетинговых кампаний на основе изучения намерения потребительского выбора, а также уровня его внимания, вовлеченности и запоминания.

**Выводы.** Развитие Маркетинга 4.0 в переходную эпоху следует рассматривать не столько как естественное продолжение Маркетинга 3.0, а как новый маркетинговый мейнстрим, который предполагает конвергенцию технологий, что, в конечном итоге, приведет к сближению цифрового и традиционного маркетинга, и к высокому уровню взаимодействия между участниками торгового процесса, что необходимо для улучшения клиентского опыта и удержания клиентов, персонализации товаров и услуг. В результате возникла объективная необходимость появления и развития нейромаркетинга, как нового научного направления, которое, на основе анализа больших массивов нейрофизиологических данных, с учетом внедрения практик маркетинга 4.0, позволит обеспечить персонализированный таргетинг, анализ потребителей в режиме реального времени, разработку эффективных маркетинговых кампаний и стратегического использования конкурентных преимуществ, на основе данных нейрофизиологических реакций на товар/его атрибуты, посредством, например, визуализации паттернов мозговой активности (с помощью ЭЭГ, ФМРТ), данных отслеживания взгляда и эмоционального кодирования лица, и др. для понимания того, как мозг потребителя реагирует на различные стимулы, что позволяет получить эмоциональную, когнитивную и поведенческую информацию о конкретном бренде.

#### **Список литературы:**

1. Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V. & Saunders, J., Principles of Marketing. 5th European Edition ed. Essex: Pearson Education Limited, 2008. – 1020 p.
2. Kotler, P., Hermawan, K. and Iwan, S. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, John Wiley & Sons, Inc., 2017. – 207 p.
3. Kotler, P., Armstrong, G. & Parment, A. Principles of Marketing: Seventeenth edition. Hoboken: Pearson Higher Education: Limited, 2011. – 739 p.

4. Skrobich L. M. Kot S. Marketing 3.0 in contemporary marketing management activities of enterprises // Conference: CITPM 2018 - Contemporary Issues in Theory and Practice of Management, At: Częstochowa, Poland, 2018. – pp. 591-597.

5. Jobber D. Principles and Practice of Marketing. 4th ed. Berkshire: McGraw-Hill International (UK) Ltd., 2004. – 942 p.

Камеева В. А., Романова О. А., Чипура П. И., Гниломедова И. Р., студенты  
*Научный руководитель:* Малышева О. В., канд. экон. наук, доцент  
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ  
*kameevavlada@mail.ru, listnok2511@mail.ru, polina.tchipura@yandex.ru,  
irinkagnilomedova@gmail.com*

### **ГЕОСТРАТЕГИЧЕСКОЕ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ СУЭЦКОГО КАНАЛА**

С начала 2024 года доходы Суэцкого канала снизились на 40% из-за продолжающегося падения объемов грузоперевозок. Одной из основных причин стали боевые действия в Красном море, которое негативно сказалось на международной торговле и привело к уменьшению числа судопроходов через стратегический канал. Это создает серьезные проблемы для экономики Египта, зависящей от доходов от транзитных пошлин [1-3].

Авария, случившаяся с контейнеровозом «Ever Given», принесла значительный экономический ущерб мировому рынку. Согласно американскому источнику, авария, в результате которой Суэцкий канал был заблокирован в конце марта 2021 года, обернулась для глобальной экономики потерей в размере 400 миллионов долларов в час из-за задержек в грузоперевозках. Этот многодневный коллапс стал серьезным испытанием для международной торговли и потенциально повлиял на цепочки поставок по всему миру. Инцидент с контейнеровозом «Ever Given» и последующее блокирование Суэцкого канала привели к серьезным экономическим потерям для мировой логистики и торговли. Этот случай стал отличным примером того, как крупные события на морских транспортных путях могут негативно повлиять на мировую экономику и цепочки поставок.

Статистика, касающаяся оборота Суэцкого канала на начало 2024 года, также отражает серьезные последствия инцидента, связанного с ситуацией угрозой, исходящей от йеменских хуситов. Эта группировка активно проводит атаки на суда и инфраструктуру в районе канала, создавая угрозу для безопасности судов и их грузов. В результате таких действий международные логистические компании, ответственные за перевозки через Суэцкий канал, приняли решение об уменьшении количества перевозок через данный транспортный маршрут.

Крупнейшие компании, такие как: CMA CGM, Maersk, Hapag-Lloyd и ZIM, временно приостановили использование Суэцкого канала из соображений безопасности. Это решение имеет серьезные последствия для морской торговли между Азией и Африкой, поскольку Суэцкий канал является ключевым транспортным маршрутом, обеспечивающим быструю и удобную связь между этими двумя континентами.

На протяжении всего января произошло заметное снижение объема перевозок через канал. По данным, за 11 дней начала года доходы от транзита через Суэцкий



канал упали на 40%, что свидетельствует о значительном снижении активности на этом транспортном коридоре (рисунок 1).

Всего за этот период через канал прошло 544 судна, что на 30% меньше, чем в сравнимый период предыдущего года. Отказ от использования данного маршрута привел к значительному увеличению стоимости перевозок. Повышение стоимости обусловлено увеличением расстояния маршрута. Основные пользователи данного маршрута – это регионы Юго-Восточной Азии, Китая и Европы. Теперь судно, которое ранее шло в Европу через Суэцкий канал, вынуждено обходить Африку вокруг мыса Доброй Надежды, это длиннее на 6 тыс. км, и добавляет от 7 до 14 дней в пути что приводит к задержкам доставки на 1-2 недели и, следовательно, увеличению издержек (рисунок 1).

С уверенностью, можно утверждать, что текущая ситуация оказывает влияние различных факторов на рост цен. Вспоминая другие маршруты, которые занимают больше времени и протяженности, мы видим, что в этом случае автоматически возрастает цена фрахтов из-за необходимости прохождения более длительного пути. Это является четким примером того, как увеличение времени перевозки приводит к росту затрат на транспортировку. Например, если 5 января стоимость перевозки одного контейнера составляла 2871 доллар, то всего через неделю она выросла до 3101 доллара. Это приводит к увеличению стоимости товаров для обычных потребителей, так как производители и торговые компании вынуждены перекладывать увеличивающиеся затраты на логистику на цены своей продукции. В результате этого рядовые потребители вынуждены платить больше за товары.

Красное море является особенно важным морским путем для мировой торговли, через него проходит 12% всех маршрутов с общим оборотом в 10 миллиардов долларов в сутки.

Главным образом, увеличение стоимости перевозок негативно сказывается на экспорте энергоносителей, таких как сырая нефть и сжиженный природный газ. От 5% до 10% мировых поставок энергоносителей происходят через международные перевозки, и любые изменения в стоимости транспортировки непосредственно влияют на конечные цены этих ресурсов на мировых рынках. Эксперты отмечают, что трейдеры не верят в возможность крупной войны в регионе, что позволяет сохранить стабильность на рынке нефти. Однако, основным риском для цен на нефть остается вероятность вовлечения Ирана в конфликт.



Рис. 1. Торговые маршруты из Китая в Европу

Опасения относительно перевозок также включают страховые премии за риск, что приводит к увеличению цен и передаче дальше по цепочке. В некоторых случаях цены на доставку уже выросли на 300%, доплата за риск будет приводить к росту стоимости для операторов и задержкам в доставке. В настоящее время мы наблюдаем, что существуют проблемы и на других маршрутах, не только в Суэцком канале.

Глобальные перевозки сталкиваются с серьезными трудностями в Панамском канале из-за сильнейшей засухи и обмеления, что затрудняет транзит для судоходных компаний. В то же время, северный морской путь (СМП) все больше приобретает значение в международной торговле. В этом году перевозка транзитных грузов через Севморпуть достигла исторического рекорда – более двух миллионов тонн, преимущественно нефтепродуктов.

Эксперты считают, что уже сегодня Севморпуть способен принять от 10 до 15% грузопотока, который обычно идет через Суэцкий канал, что делает его привлекательным альтернативным маршрутом для перевозок.

По Суэцкому каналу в нашу страну традиционно поставляются кофе и чай из различных регионов мира, таких как Индия, Шри-Ланка, Китай и Кения. Эти страны являются крупными производителями и экспортерами кофе и чая, поэтому любые изменения или задержки в поставках могут повлиять на наличие этих товаров на наших прилавках.

Отпускная цена и себестоимость производства могут увеличиться у российских компаний, однако это не обязательно приведет к автоматическому повышению розничной цены. Главная мысль заключается в том, что розничные цены не зависят напрямую от производителей, а устанавливаются непосредственно магазинами. Это подчеркивает тот факт, что розничная торговля представляет собой отдельный сегмент бизнеса, который имеет свои собственные законы и механизмы формирования цен. Таким образом, изменения в отпускной цене и себестоимости производства не всегда сказываются на конечных ценах для потребителя, поскольку это зависит от решений и стратегий, принимаемых розничными сетями.

СМП остается перспективной возможностью для судоходных перевозок, однако существует препятствие в виде санкций, которые не позволяют крупнейшим страховщикам выписывать полисы страхования ответственности для морских судов. Это означает, что не будут соблюдаться мировые конвенции по перевозке грузов, и многие логистические компании не смогут воспользоваться СМП в настоящее время. Для того чтобы СМП стал действительно конкурентоспособным и привлекательным для международных перевозок, необходимо изменение политической ситуации и смягчение санкций. В таком случае, Россия будет иметь шанс усилить свою позицию на мировом рынке логистики и торговли через использование СМП.

Конфликт между хуситским движением в Йемене и западными странами, развернувшийся в регионе Красного моря, обостряет необходимость использования транспортного коридора «Север-Юг». Этот маршрут является ключевым для доставки грузов в различные регионы мира и уже активно используется для транспортировки товаров в Европу.

Заявления вице-премьера России Алексея Оверчука о повышении значимости данного транспортного маршрута подчеркивают его ключевую роль в условиях геополитических напряженностей и ограничений в других регионах. Усиление напряженности в Красном море усиливает важность альтернативных маршрутов для обеспечения непрерывности торговли и прокладки безопасных путей доставки. Таким образом, использование транспортного коридора "Север-Юг" становится не только экономически оправданным, но и стратегически важным в контексте возрастающих

геополитических рисков и вызовов, связанных с конфликтами в регионе Красного моря.

Несмотря на это, данный маршрут еще не полностью развит. В свете увеличения значимости этого транспортного пути возрастает необходимость в инвестициях, увеличении числа квалифицированных кадров, развитии профессионализма и принятии массы нестандартных решений, включая коммерческую сферу [4-12]. Для пояснения: чтобы обеспечить современный транзитный поток по маршруту «Восток-Запад» из Китая в Европу через территории России и Казахстана, требовалось более 10 лет для осуществления этого проекта, а до этого не менее 10 лет ушло на подготовку и привлечение инвестиций. Поэтому в настоящий момент говорить о конкретной цене является довольно сложной задачей, поскольку она предположительно значительно превышает ожидания и недоступна с точки зрения коммерческих решений. Важно продолжать работу по развитию и улучшению технологий, инфраструктуры и управления вдоль данного коридора для обеспечения более эффективной и безопасной транспортировки товаров.

#### **Список литературы:**

1. На 30% упали перевозки через Суэцкий канал из-за хуситов. – Текст: электронный. – URL: <https://smotrim.ru/amp/video/2744200>.
2. Доходы Египта от использования Суэцкого канала резко упали. – URL: [https://smotrim.ru/article/3750113?utm\\_source=internal&utm\\_medium=serp\\_news&utm\\_campaign=serp\\_news](https://smotrim.ru/article/3750113?utm_source=internal&utm_medium=serp_news&utm_campaign=serp_news).
3. Обстрелы в Красном море повышают цену продуктов в Европе. – URL: [https://smotrim.ru/article/3760870?utm\\_source=internal&utm\\_medium=serp\\_news&utm\\_campaign=serp\\_news](https://smotrim.ru/article/3760870?utm_source=internal&utm_medium=serp_news&utm_campaign=serp_news).
4. Афенин, О.М. Конкуренция между магистралями направления «Север - Юг» и геополитическая безопасность России в Каспийском регионе / О.М. Афенин, П.В. Куренков, Н.В. Мойсевич // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2014. – №3. – С. 12-24.
5. Классификация операторских компаний / Д.С. Бельницкий и др. // Бюллетень транспортной информации. – 2007. – №9(147). – С. 14-19.
6. Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии / Г.В. Бубнова и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 3-12.
7. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С.23-30.
8. Котляренко, А.Ф. Повышение эффективности внешнеторговых перевозок через порты Юга России / А.Ф. Котляренко, Э.В. Тучков, П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 2003. – № 2. – С.30-35.
9. Мультиmodalная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С. 15-23.
10. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.
11. Куренков, П.В. Ситуационно-логистическая система управления перевозочным процессом / П.В. Куренков, В.А. Мартыничук, М.А. Нехаев // Логистика и управление цепями поставок. – 2008. – №5(28). – С. 25-34.

12. Логистика взаимодействия Центра координации работы компаний-операторов Южно-Уральской железной дороги и морских портов / А.С. Левченко и др. // Бюллетень транспортной информации. – 2007. – № 1(149). – С. 15-20.

<sup>1</sup>Кизина А. Е., <sup>1</sup>Угрина А. А., <sup>2</sup>Хохрина К. А., <sup>2</sup>Болдырева Я. Ю., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Герасимова Е. А., канд. экон. наук, доцент  
<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)  
<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
*nastyakizina@yandex.ru, ugrina99@mail.ru, kristina29.02@mail.ru, karalilo@mail.ru*

### **НОВЫЙ ВОДНЫЙ КАНАЛ «КУШ-ТЕП» В АФГАНИСТАНЕ И ЕГО ЛОГИСТИЧЕСКАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РОЛЬ**

11 октября 2023 года руководство, находящееся под санкциями ООН движения «Талибан», запускает первую очередь водного канала Куштепа на границе Афганистана с Узбекистаном. Церемония открытия не самая помпезная, но без перерезания красной ленточкой не обошлось. Предполагается, что новая артерия поднимет сельское хозяйство Афганистана. Вот только другие страны Средней Азии схватились за голову. Талибан оставит их без воды? За чей счет нищий Кабул строит дорогостоящий канал? Не обернется ли строительство войной за воду? Кто и как планирует использовать Куштепа, чтобы вбить клин между среднеазиатскими республиками и Россией?

«Речь не идет даже о соблюдении нормальных строительных норм, которые требуют бетонирования русла канала» – Андрей Грозин (заведующий отделом средней Азии и Казахстана института стран СНГ, старший научный сотрудник института востоковедения РАН).

Во время гражданской войны в США во второй половине XIX века генерал Уинфилдс Ход предложил вдоль сухопутных и морских границ южных рабовладельческих штатов установить блокаду, что позволит перекрыть торговые пути и лишить противника снабжения. План этот получил название «петля Анаконды», которая в конечном итоге и задушила мятежные южные штаты.

Об этом в своей книге «Великая шахматная доска» вспомнил бывший советник по национальной безопасности президента США и убежденный русофоб Збигнев-Бжезинский, предложивший окружить «петлей Анаконды» нашу страну поясом враждебных государств, которые помогут добиться геополитического ослабления России. И сегодня эта петля заблокировала наши западные границы: прибалтийские государства, Финляндия и, конечно же, Украина. На юге петля формируется в Грузии и в последнее время в Армении. И вот уже теперь американцы пытаются затянуть петлю анаконды в Центральной Азии: Узбекистан, Киргизстан, Казахстан, Таджикистан и Туркменистан.

После начала специальной военной операции на Украине, американцы активизировались в этом регионе, совокупное население которого около 80 миллионов человек. При этом США даже не скрывают, что главная цель их политики в Центральной Азии – максимально осложнить отношения стран региона с Россией и превратить сердце Азии в свой плацдарм.

У каждой страны есть свои болевые точки. Средняя Азия – засушливый регион, поэтому важнейшим рычагом влияния здесь всегда была вода. Амударья – самая

полноводная артерия сердца Азии. Начинается в ледниках Памира и течёт по территории четырёх стран – Таджикистана, Афганистана, Туркмении и Узбекистана. Вода мутная, напоминает кофе с молоком. Раньше Амударья впадала в Аральское море. Теперь до него доходит не всегда. Воды не хватает. Бывшие советские республики всё активнее используют реку для орошения полей. Каждой достаётся примерно по 20%. Несмотря на то, что Амударья берёт начало в афганской части горной системы Гиндукуш, Афганистан никогда на воду не претендовал.

Афганистан решил развивать земледелие. Значит, нужна вода. От Амударьи к полям ее будет доставлять новый канал Куштета. Информацию о проекте нам пришлось собирать по крупицам. Длина 285 километров. Ширина 100 метров. Глубина 8 метров. Канал роет порядка 6 тысяч человек. Они работают в три смены. Стоимость проекта 684 миллиона долларов. Полное завершение проекта запланировано на 2028 год. Как только Куштета заработает в полную силу, и без того обезвоженная Амударья обмелеет, афганцы обещают брать только свои законные 20% воды, но учитывая качество стройки, это обман.

«Речь не идет даже о соблюдении нормальных строительных норм, которые требуют бетонирования русла канала. То есть будет значительно, с одной стороны, идти засоление, через просачивание воды, неконтролируемое испарение, и вполне может так статься, что вот эти заявленные 20% отбора воды из Амударьи могут превратиться и в 30 и даже может быть в 40» – Андрей Грозин (заведующий отделом средней Азии и Казахстана института стран СНГ, старший научный сотрудник института востоковедения РАН).

Мы привыкли считать, что Средняя Азия это в первую очередь хлопок, овощи и фрукты. На самом деле сельское хозяйство играет здесь далеко не первую скрипку. Чем же пять республик привлекают инвесторов?

Казахстан – самая мощная экономика в Центральной Азии. На страну приходится больше 2% мировых запасов угля. Крупнейшее месторождение – Экибастуз. Добыча нефти и газа – 25% ВВП страны. А ещё в Казахстане добывают 40% всего урана на планете. Туркмения – вторая экономика Центральной Азии. Главные кормильцы нефть и газ. Узбекистан – лидер региона по численности населения. В Узбекистане находится крупнейший в мире открытый золотой рудник Мурунтау. Страна занимает пятое место по добыче урана. Киргизия дает уголь высокого качества. Есть месторождение золота, руды, чёрных и цветных металлов. Таджикистан. На севере одно из крупнейших в мире месторождений серебра – Большой Канемансур. Ведётся добыча урана, золота, драгоценных камней.

Среднеазиатские республики открыты для сотрудничества. Совокупный объём импорта и экспорта региона постоянно растёт.

«В 2023 году объём торговли с Турцией достиг 16 миллиардов долларов. Если Южную Корею брать, то там наблюдается рост до 5 миллиардов долларов за последние 2 года. То есть фактически это более чем на 100%, как мы понимаем. Регион превратился в логистический, технологический, можно сказать, хаб. В Среднюю Азию переезжает большое количество производств, причем эти производства и европейские. Надежда на более дешевые, конечно же, энергоносители, которые будут поступать в том числе и из России» – Павел Селезнев (декан факультета международных экономических отношений Финансового университета при Правительстве РФ).

Июнь 2023 года. Казахстан и Киргизия встречают президента ФРГ. Официально Франк Вальтерштайнмайер приехал за нефтью и редкозёмами. Неофициально продемонстрировать России готовность Средней Азии заменить «Газпром» на европейском рынке углеводородов.

В ноябре в среднеазиатское турне отправился президент Франции. Пятой республике нужен уран. Страна вырабатывает около 80% электричества на атомных электростанциях. А многолетний поставщик Нигер французов прогнал.

«Они воспринимали все время Африку как некую свою кладовую, что всегда можно туда прийти, за 3 копейки купить, в общем-то, уран. И опять же, они брали там сырье и производили ядерное топливо у себя. Вот с Казахстаном здесь так не получится» – Игорь Юшков (эксперт Финансового университета при Правительстве РФ и Фонда национальной энергобезопасности).

А что говорят президенты среднеазиатских республик? Приветствуют любые инвестиции и заключают контракты на поставку углеводородов. Вот только смогут ли они обеспечить наращивание производства и своевременные поставки? Большой вопрос. В Средней Азии энергетический кризис. Блэкауты, аварии на ЛЭП и веерные отключения уже обыденность. В Киргизии с 1 августа из-за нехватки электроэнергии введен режим ЧС на три года.

«По официальным данным того же казахстанского Минэнерго, в некоторых регионах, особенно на севере и на востоке страны, от 60 до 75 процентов мощности передающих электроэнергию: ЛЭП, системы электропередачи, они находятся в красной зоне. То есть это, по сути дела, мощности, которые требуют немедленного экстренного ремонта.» – Андрей Грозин (заведующий отделом средней Азии и Казахстана института стран СНГ, старший научный сотрудник института востоковедения РАН).

Но вот в этом году американцы организовали встречу в формате C5+1 на самом высоком уровне. Предлог для этого был выбран вполне оправданно – Генеральная Ассамблея ООН. И в Нью-Йорке главы пяти центрально-азиатских государств провели встречу с президентом США Джо Байденом. Борьба американцев с Россией и Китаем за влияние в Центральной Азии, таким образом постепенно переходят в активную фазу.

Хотя до недавнего времени Центральная Азия для американцев не представляла особого интереса. Ну, например, на страны региона в 2021 году приходилось менее 0,1% внешнеторгового оборота США. Исключение составляет Казахстан, который Вашингтон считает основой стабильности в регионе. И в эту страну в 2021 году Соединённые Штаты инвестировали порядка 40 миллиардов долларов. Это более 23% всех внешних инвестиций в Казахстан. «Ильич просил увеличить добычу рыбы, чтобы помочь голодающему Поволжью. Аральцы с честью выполнили наказ Ильича и с тех пор получают всё большие и большие уловы».

1963 год. Казахстан. Кадры советской кинохроники. А вот так Аральское море выглядит сейчас, спустя 60 лет. Оно постепенно превращается в труднопроходимую пустыню из соленого песка. О том, что здесь когда-то велась добыча рыбы, напоминают только ржавые суда. Куда ушла вода?

Центральная Азия является важным регионом для функционирования коридора «Север-Юг» [1-13] и в последние годы стала для американцев регионом, конечно же, важным, но далеко не первостепенным. Традиционная забава американского истеблишмента по созданию по всему миру очагов, так называемого, контролируемого хаоса приводят к тому, что от этих костров жарко становится самим американцам. Разобраться бы им с Латинской Америкой, с Ближним и Средним Востоком, с Израилем и Палестиной, с Тайванем, с Украиной, с растущим экономическим влиянием Китая и, конечно же, с Россией. Не надорваться бы. Поэтому сотрудничество Соединённых Штатов со странами Центральной Азии, конечно же, носят второстепенный характер, но при этом вполне утилитарный. Помимо антироссийской составляющей, конечно же, Вашингтон заинтересован в продаже стран и региона оружия, в доступе к природным богатствам этих государств, ну и в идеале, создание на их территории военных баз. Россия же помогает Таджикистану охранять его

государственные границы. С Кыргызстаном создает единую систему противовоздушной обороны. С этими двумя странами и Казахстан входят в оборонный союз ОДКБ. Туркменистану помогает в развитии газовых месторождений. Узбекистану, Казахстану и Кыргызстану способствует в решении энергетических проблем, поставляя газ и электричество, а также договариваясь о строительстве атомных электростанций. Конечно же, не стоит забывать, что денежные переводы трудовых мигрантов из России составляют более половины ВВП Таджикистана и более трети Кыргызстана. Всего не перечислишь.

#### **Список литературы:**

1. Вода как оружие: как США взрывают Среднюю Азию. Код доступа: Интернет-портал. – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=OsxUGmR3\\_mY&t=27s](https://www.youtube.com/watch?v=OsxUGmR3_mY&t=27s) (дата обращения 30.12.2023).
2. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 23-30.
3. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.
4. Мультиmodalная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С.15-23.
5. Котляренко, А.Ф. Повышение эффективности внешнеторговых перевозок через порты Юга России / А.Ф. Котляренко, Э.В. Тучков, П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 2003. – № 2. – С. 30-35.
6. Афенин, О.М. Конкуренция между магистралями направления «Север - Юг» и геополитическая безопасность России в Каспийском регионе / О.М. Афенин, П.В. Куренков, Н.В. Мойсевич // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2014. – №3. – С. 12-24.
7. Степанов, А.Л. Проблемы экспорта транспортных услуг / А.Л. Степанов, П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2007. – №5. – С. 16-19.
8. Контрейлерные перевозки в России, СССР и РФ: От царской кареты до подводных лодок, танков, самолётов и космических кораблей / В.Л. Белозеров и др. // Вестник транспорта. – 2013. – №11. – С. 8-20.
9. Формирование системы финансового менеджмента: теория, опыт, проблемы, перспективы: Коллективная монография / А.А. Сафронова, Е.Н. Рудакова, П.В. Куренков [и др.]. – М.: ООО «Научный консультант», 2018. – 228 с.
10. Логистика взаимодействия Центра координации работы компаний-операторов Южно-Уральской железной дороги и морских портов / А.С. Левченко и др. // Бюллетень транспортной информации. – 2007. – № 1(149). – С. 15-20.
11. Классификация операторских компаний / Д.С. Бельницкий и др. // Бюллетень транспортной информации. – 2007. – №9(147). – С. 14-19.
12. Куренков, П.В. Ситуационно-логистическая система управления перевозочным процессом / П.В. Куренков, В.А. Мартыничук, М.А. Нехаев // Логистика и управление цепями поставок. – 2008. – №5(28). – С. 25-34.
13. Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии / Г.В. Бубнова и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 3-12.

Ковардин Ю. А., студент  
Научный руководитель: Пантелеев В. И., канд. ист. наук, доцент  
Красноярский государственный аграрный университет, РФ  
ldivyr44@mail.ru

## BIG DATA В ЛОГИСТИКЕ

В своём послании Федеральному собранию от 29 февраля 2024 года президент России В.В. Путин сообщил о начале реализации пяти новых национальных проектов, одним из которых является проект «Экономика данных». Данный проект представляет собой создание цифровых платформ во всех ключевых отраслях экономики и социальной сферы [1]. Это не может не сыграть важной роли и в использовании Big data в логистической деятельности.

Цель статьи – проанализировать логистические аспекты использования Big data.

Big Data в логистике играет важную роль, предоставляя компаниям и организациям огромные объемы информации, которые могут быть использованы для оптимизации процессов управления цепями поставок, улучшения прогнозирования спроса, оптимизации маршрутов доставки и улучшения общей эффективности логистических операций. Вот как Big Data помогает в логистике [3]:

1. Прогнозирование спроса. Анализ больших данных позволяет более точно прогнозировать спрос на товары и услуги, что помогает логистическим компаниям управлять запасами, планировать поставки и минимизировать недостатки товаров.

2. Оптимизация маршрутов доставки. Благодаря Big Data логистические компании могут анализировать данные о трафике, погоде, распределении заказов и других факторах, чтобы оптимизировать маршруты доставки и уменьшить время и затраты на доставку.

3. Улучшение управления складом. Анализ больших данных может помочь в управлении запасами на складах, их оптимизации, а также в улучшении прогнозирования и планирования заказов.

4. Улучшение обслуживания клиентов. Анализ больших данных позволяет лучше понимать потребности клиентов и их предпочтения, что позволяет логистическим компаниям улучшить обслуживание клиентов и предложить более персонализированные услуги.

5. Идентификация трендов и паттернов. Благодаря Big Data логистические компании могут идентифицировать новые тренды, паттерны потребления, изменения в рыночной динамике, что помогает принимать обоснованные решения и адаптироваться к изменяющимся условиям.

Также Big data облегчает логистику складирования и транспортировки. Внедрение систем видеонаблюдения и датчиков на каждую единицу груза на складе вместе с анализом больших данных предоставляет компании возможность отслеживать положение и движение товаров на каждом этапе их обработки. Это улучшает оперативность поиска грузов, позволяет оптимизировать рабочие процессы на складе и обеспечивает более эффективное использование складских ресурсов. Кроме того, анализ данных о товарных потоках помогает выявить сезонные колебания спроса и предсказать моменты наибольших отгрузок в определенных направлениях, что в свою очередь позволяет более эффективно использовать складские пространства и оптимизировать простой машин для перевозки грузов.

Другим важным аспектом оптимизации складской логистики является улучшение упаковки товаров. Путем сканирования грузов и систематического сбора данных о весе и размерах товаров можно оптимизировать процесс упаковки, что обеспечит более



эффективную загрузку контейнеров и транспортных средств. Использование цифровых данных о миллионах товаров позволяет выявить оптимальные способы упаковки и определить, какие материалы упаковки наиболее подходят для защиты товаров от повреждений, а также помогает минимизировать издержки на складское пространство [4].

Для улучшения безопасности и эффективности перевозок важно осуществлять оценку перевозчиков и исполнителей с использованием анализа больших данных. Это позволяет снизить вероятность кражи груза, пересмотреть или заменить перевозчиков в нужный момент. Анализ обширных данных о различных параметрах от различных компаний за длительный период времени позволяет принимать оптимальные решения о заключении контрактов с перевозчиками.

Также информация о водителях играет важную роль. Многие компании ведут специальные списки, позволяющие избегать неквалифицированных водителей и предотвращать возможные конфликты с клиентами. Анализ данных также помогает выявлять подозрительные случаи: например, частая смена телефонов водителями или использование нескольких паспортных данных может свидетельствовать о возможной причастности водителя или транспортной компании к мошенничеству [3].

Кроме того, оценка платежеспособности грузовладельцев также важна. Подобные рейтинги позволяют транспортным компаниям избегать заключения контрактов с грузовладельцами, у которых имеются невыполненные обязательства перед другими перевозчиками.

Таким образом можно сделать вывод, что Big Data оказывает большую пользу для логистики, позволяет быстрее прогнозировать спрос, оптимизировать маршруты, улучшать управление складом и так далее. С учетом начала реализации национального проекта «Экономика данных», использование больших данных в логистике может получить широкие перспективы развития. Также, Big Data является неотъемлемой частью управления в логистике, позволяя компаниям превращать массу данных, которые ранее казались бесполезными, в ценную информацию, способную повысить эффективность, снизить издержки и улучшить качество предоставляемых услуг.

#### **Список литературы:**

1. Послание Президента Федеральному Собранию. 29 февраля 2024 года – Текст: электронный. – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/73585> (Дата обращения: 04.04.2024).
2. Big Data и логистика: чем большие данные полезны участникам отрасли. – Текст: электронный. – URL: <https://habr.com/ru/articles/663470/> (дата обращения: 01.04.2024).
3. Big data в логистике – модный тренд, реальность или необходимость – Текст: электронный. – URL: <https://logistics.ru/automation/news/big-data-v-logistike-modnyy-trend-realnost-ili-neobhodimost?ysclid=lqotamn6a4900393800> (дата обращения: 01.04.2024).
4. Big Data в логистике. – Текст: электронный. – URL: <https://novelco.ru/press-tsentr/big-data-v-logistike/?ysclid=lqotcgse3t749990305>.
5. Логистика: разбираемся в структуре и функциях. – Текст: электронный. – URL: <https://nauchniestati.ru/spravka/strukturnye-i-funkczionalnye-osobennosti-logistiki/> (дата обращения: 01.04.2024).

Коржев А. И., Щапова В. В., Рудакова А. И., Вахрамеева А. А., студенты  
*Научный руководитель:* Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор  
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ  
*korjjev@mail.ru, alina.vaxrameeva@yandex.ru aleksadrrar@list.ru,*  
*alina.vaxrameeva@yandex.ru*

## **ПРОМЫШЛЕННАЯ И ТРАНСПОРТНАЯ ЭКОНОМИКА И ЛОГИСТИКА НОВОРОССИИ**

Термин «Новороссия» был официально закреплён в правовых актах Российской империи весной 1764 года. Историю, существующее положение и перспективы развития Новороссии рассмотрим, опираясь на материалы из источников [1-9].

До 1917 года государство Украины не существовало. Свержение монархии в феврале 1917 спровоцировало на Западе Российской империи территориальный передел. Первыми выступили украинские националисты во главе с Грушевским, образовав в Киеве Центральную Раду в марте того же года. «Нам говорят, что Россия раздробится, распадется на отдельные республики, но нам нечего бояться этого. Сколько бы ни было самостоятельных республик, мы этого страшиться не станем. Для нас важно не то, где проходит государственная граница, а то, чтобы сохранился союз между трудящимися всех наций для борьбы с буржуазией каких угодно наций». Владимир Ильич Ленин. Из речи на Первом Всероссийском съезде военного флота.

Исторически большая часть населения Новороссии четко определяла себя именно как русских. Поэтому население заявляло о том, что они не желают уйти по сепаратистскому пути Центральной Рады. Быть частью Украины, тем более Украины, отделяющейся от России. Была провозглашена Донецкая Республика как проект за сохранение промышленных территорий в составе Российского государства.

Донецкая республика занимала земли Запорожской, Херсонской, части Николаевской, Днепропетровской, Харьковской, Сумской области. После победы большевиков в Гражданской войне вся территория исторической русской Новороссии в 1922 году, по указанию Ленина, стала советской Украиной [1]. Помимо школ украинизировались театры, газеты, вузы. Госслужащие, не владеющие украинским языком, увольнялись без права восстановления. В советское время была проведена украинизация, но тогда в основе лежал полтавский диалект. Он очень близок к русскому языку.

Главная заслуга в украинизации Новороссии принадлежит большевику Лазарю Моисеевичу Кагановичу, уроженцу киевской губернии. Именно ему было доверено руководить Компартией Украины с 1925 года. Тогда украинских школ было чуть более десяти тысяч, а через пять лет их стало 14 430. Согласно отчетам ЦК, украинизация прессы в 1930 году достигла 68,8%, а в 1932 – 87,5%. На русском газеты выходили только в русских городах – Харькове, Одессе, Донецке и Мариуполе.

С конца 19 века на деньги промышленников и купцов по всей территории Новороссии открываются учебные заведения. Ведь для развития региона нужны учёные и инженеры. Специалисты в разных отраслях промышленности. Строятся гимназии, мореходные училища. В мае 1865 года в Одессе первых студентов принимает Императорский Новороссийский университет. В 1872 году по высочайшему повелению Александра II построен Бердянский государственный педагогический университет на средства купцов-морозовых.

В 1928 году в СССР первая пятилетка. Упор на развитие тяжёлой промышленности предусматривался её рост на 330%. Новороссия, где были квалифицированные кадры и необходимая инфраструктура, получила почти одну треть

всех вложений. Из полутора тысяч предприятий, которые планировалось построить в Советском Союзе, на Украину приходилось 400. В мае 1932-го запустили Днепргэс, мощнейшую электростанцию Европы на тот момент. Ввели в эксплуатацию завод Днепрспецсталь в Запорожье и Харьковский тракторный завод.

В 1937-м Украинская ССР заняла второе место в Европе после Германии по выплатке чугуна, третье по производству стали, четвертое в мире по добыче угля.

Сегодня каждая шестая машина на полях страны носит знаменитую марку Харьковского тракторного завода. Это один из первенцев советской сатиристической индустрии. Это десятки крупнейших предприятий, которые давали десятки и сотни тысяч рабочих мест, давали совершенно другое качество жизни местным людям, моим землякам.

То, что строилось десятилетиями, пришло в упадок. Львиная доля предприятий, их просто нет, даже цехов нет. Рабочие уезжали на заработки. В общем-то, мы находились в условиях экономической, политической блокады. Предприятия нашего региона были ориентированы именно на российский рынок. Все знали, что там есть заказчики. Все знали, что оттуда придет оплата, будет работа и будет нормальный, достойный уровень жизни.

После того, как произошел переворот в Киеве, контакты, естественно, с Россией у нас начали прерываться. Это было в приказном порядке, с лишением работы десятков тысяч человек и без возможности получить что-либо другое взамен [3].

Было принято решение уже о подготовке референдума, о выходе из состава Украины. Как говорит Киев, террористы пришли проголосовать. Явка была беспрецедентная. И, наверное, ни одно европейское государство, демократическое, цивилизованное, не может похвастаться такой явкой, потому что там нет доверия. А здесь люди верили в будущее, и это была наша свобода, это был наш выбор, стремясь создать народное, правовое, демократическое, суверенное государство, провозглашает создание суверенного государства Луганская Народная Республика.

Промышленная и транспортная экономика и логистика Новороссии – это важные сектора, которые играют ключевую роль в развитии этого региона. Новороссия представляет собой широкую территорию, объединяющую несколько регионов, богатых потенциалом для развития промышленности, транспорта и логистических систем.

Одним из главных аспектов промышленной экономики Новороссии является многообразие отраслей производства. В регионе активно развиваются металлургическая промышленность, машиностроение, химическая и пищевая промышленность, а также многое другое. Новороссийские предприятия успешно конкурируют как на внутреннем, так и на международном рынках благодаря наличию сырьевых баз и квалифицированной рабочей силы, и имеют потенциал для привлечения инвестиций и дальнейшего развития [2].

Кроме того, транспортная отрасль играет важную роль в экономике Новороссии. Регион обладает привлекательным географическим положением, которое обеспечивает эффективную организацию транспортных потоков. В Новороссии есть морские и авиапорты, железные и автомобильные дороги, что позволяет обеспечивать своевременную и качественную перевозку грузов и пассажиров как внутри страны, так и за ее пределами. Разнообразие транспортных маршрутов делает Новороссию важным транспортным хабом, способствуя развитию международных торговых связей.

Важная задача логистики в Новороссии заключается в обеспечении эффективного взаимодействия между промышленностью и транспортной инфраструктурой. Логистическая система включает управление перевозками, складские операции и оптимизацию потоков грузов и информации, а также создание необходимой

инфраструктуры для эффективного взаимодействия всех участников логистической цепи.

В целом, промышленная и транспортная экономика и логистика Новороссии являются важными секторами развития этого региона, которые не только обладают значительным потенциалом, но и активно развиваются, способствуя экономическому росту и укреплению международных экономических связей.

**Список литературы:**

1. Шубин, А.В. История Новороссии / А.В. Шубин. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2015. – 480 с.
2. Аникин, Б. А. Логистика производства: теория и практика: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Волочиенко, Р. В. Серышев; отв. ред. Б. А. Аникин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 454 с.
3. Соловьев, С.М. История России с древнейших времен (отв. ред. В.В. Копцова. – М.: Голос; Колокол-Пресс. Ки. 13., 1984. – 732 с.
4. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 23-30.
5. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.
6. Мультиmodalная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С. 15-23.
7. Котляренко, А.Ф. Повышение эффективности внешнеторговых перевозок через порты Юга России / А.Ф. Котляренко, Э.В. Тучков, П.В. Куренков // Железнодорожный транспорт. – 2003. – № 2. – С. 30-35.
8. Афенин, О.М. Конкуренция между магистралями направления «Север - Юг» и геополитическая безопасность России в Каспийском регионе / О.М. Афенин, П.В. Куренков, Н.В. Мойсевич // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2014. – №3. – С. 12-24.
9. Куренков, П.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С. 32-40.
10. Куренков, П.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С. 16-24.
11. Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии / Г.В. Бубнова и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 3-12.

<sup>1</sup>Красноцветов А.С., <sup>1</sup>Шаповалов Д. Л., <sup>2</sup>Данчина Д.А., <sup>2</sup>Халирахмонов Д.Г., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор  
<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)  
<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
*kraaasnocvetov200@mail.ru, kraaasnocvetov200@mail.ru,*  
*danchina.samgups01@gmail.com, peregudovyar@gmail.com*

## **СОЗДАНИЕ ПУТИЛОВСКОГО ЗАВОДА, КАК ПРИМЕР БОЛЬШОЙ РОЛИ ЛОГИСТИКИ**

Изобретения русских инженеров, созданные по их проектам заводы, корабли, крепости, порты, каналы и другие объекты транспортной и промышленной инфраструктуры сыграли большую геостратегическую, геоэкономическую и геологистическую роль в становлении, функционировании и развитии Российского государства [1-14].

1854 год, Крымская война, в Севастопольской бухте затоплены семь кораблей, чтобы в неё не смог зайти флот противника, на втором фронте Балтики 60 британских и французских кораблей на подступах к Кронштадту, совсем рядом со столицей. Петербургу грозит высадка вражеского десанта, но у российской империи есть только парусный флот, который не может противостоять более совершенным паровым и винтовым кораблям неприятеля. Финский залив полностью блокирован, ситуация патовая.

На смену парусам пришли паровые двигатели, боевые суда стали маленькими, манёвренный ветер и глубокий форватер, они легко могли подойти к берегу и высадить десант. Новую технологию первыми освоили Британия и Франция. На их вооружении стояли канонерки и корветы, кое приводились в движение с помощью паровых винтов, были мобильные и могли перемещаться в любом направлении. Российский флот по-прежнему составляли исключительно парусно-гребные суда, зависимые от ветра. Опыт прошедших месяцев войны показал – корабли без двигателей потеряли ценность как боевые единицы.

Ноябрь 1854 года. До открытия весенней навигации 5 месяцев, великий князь Константин, глава морского министерства, понимает: если за зиму не построить флот, равноценный вражескому, корабли противника высадят десант на подступах к городу и захватят Петербург.

Чтобы выйти из положения. Российскому морскому флоту требовалась флотилия, винтовые корабли с малой осадкой и тремя крупнокалиберными. Требование: они должны были быть оснащены паровыми двигателями и винтами, винтовые машины и паровые котлы изготавливали петербургские заводы Берда Нобеля, гальванопластический и ижорский, а также Александровский механический, но все они загружены заказами для строящихся линейных кораблей, все верфи заняты и строить корпуса для канонерок некому и негде. Кроме того, накануне войны британское правительство просто конфисковало у английских фирм все паровые двигатели и винтовые механизмы, заказанные Россией.

Финский залив заблокирован, доставить механизмы из других стран Европы невозможно. Именно в этот момент на стол великого князя попал рапорт от некоего Николая Путилова. Как организовать строительство механизмов для канонерок, ведь должность он занимал невысокую – чиновник по особым поручениям, кораблестроитель. Департамент значение бумаги не придавал, она затерялась в канцелярии и дошла до великого князя лишь спустя несколько месяцев. Чтобы ускорить создание флота, Николай Путилов предложил распределить производство

механизмов между семью крупными заводами и двадцатью мелкими мастерскими, а сборку производить на больших предприятиях, именно эта схема была подробно изложена в рапорте коллежского асессора. Великий князь Константин Николаевич велел срочно вызвать Путилова и велел ему действовать любой ценой, любыми средствами. Так вышло, что талант Путилова особенно пригодился во время войны, декабрь ушёл на составление чертежей, перед новым 1855 годом в штате были заложены первые шесть серийных канонерок: комар, шмель, щука, пчела, ёрш и оса. Одну в новом адмиралтействе, 10 на охтинской верфи, 15 на Галерной острове, шесть на малой Охте.

Заказ на винтовые механизмы и котлы Путилов отправил на Александровский механический завод, машиностроительные предприятия Томпсона и Шервуда, Фрике, Берда и компанию Ашва и Стивенс, шесть винтовых машин и котлов изготовили адмиралтейские ижорские заводы, тем временем до начала навигации оставалось 4 месяца, нужны были дополнительные производственные площадки. Путилов лично обошёл все городские мануфактуры заглянул даже на императорский каретный двор, нужны были рабочие руки, чиновник задействовал всех литейщиков козырьков для парадных кузнецов, ковавших решётки для могил. Не хватало ещё 2000 рабочих рук, и Путилов придумал, где их взять. Из-за войны англичане не разрешали своим судам ввозить в российскую империю шерсть и хлопок, петербургские прядильники и ткачи сидели без работы. Николай Путилов превратил их в токарей и слесарей, а затем и в механиков на канонерках. В итоге к открытию навигации было 38 канонерок.

Надо признать, в защите Петербурга свою роль сыграли и форты штата, именные заграждения, но появление целой флотилии канонерок предотвратило высадку неприятельского десанта на подступах к Петербургу канонерки участвовали в морских сражениях под Выборгом и Гельсингфорсом, а также патрулировать форватер финского залива. В 1856 году воюющие стороны договорились о мире, Николая Путилова возвели в чин надворного советника и наградили орденом Святого Владимира. Но Путилов уже горел новым проектом. После Крымской войны стало очевидно – необходимо замещать импорт военных технологий собственным производством. Слабым звеном в этой схеме были поставки металла. Большую часть сырья доставляли с заводов Урала, но вести его через полстраны речным путём далеко и долго. Кроме того, качество уральской железной руды уступа зарубежным аналогам. С 1855 года на российском престоле новый император Александр I во время крымской войны он командовал войсками в столице государь прекрасно знал реальное положение дел, в армии и когда потребовалось чиновник не только грамотно организовал производство, но и ухитрился сэкономить казённые деньги на строительство канонерок. Было выделено 640 000 руб, Путилов сумел уложиться в 620 000 руб., такой разумный подход к делу при дворе не могли не оценить, в августе 1857 года Николай Путилов покидает государственную службу в кораблестроительном департаменте становится предпринимателем по собственному желанию.

Вторая половина XIX века – бум частной инициативы, но Путилов при этом продолжает работать во благо государства. В великом княжестве финляндском, чьи земли в тот момент входили в границы российской империи, он приобретает месторождение руды и завод по её переработке. Озёрная финская руда обладала высоким качеством, из неё получался первосортный чугун, и впоследствии Путилов построил в Финляндии еще три завода. Крымская война ускорила развитие новых военных технологий: если до войны корпуса кораблей делали в основном из древесины, то после войны их стали укреплять бронёй для защиты от ядер и бомб, а в шестидесятых годах произошла революция в вооружении. Гладкоствольные орудия

более дальнобойные, нарезные и бронированные пушки стали делать уже не из чугуна и бронзы, а из стали.

По договору с морским министерством вместе с партнёрами Павлом Обуховым и Сергеем Кудрявцевым начинает строить сталелитейный завод. На заводе отливали 22 сорта стали и наш ответ Суэцкому каналу. Путилов вкладывал в проект собственные средства. Лучшую по тем временам сталь выпускал завод Фридриха в Германии, и поначалу Российские военные ведомства были намерены закупать орудия там, но вскоре свой способ производства изобрёл отечественный металлург Обухов. Орудия были прочнее и долговечнее. Однажды на полигоне под Санкт-Петербургом проводили испытания пушек трех производств: немецкого, британского и отечественного. Одна зарубежная пушка не перенесла больше 2000 выстрелов, отечественная сталь выдержала в два раза больше, согласно легенде, на испытаниях присутствовал сам император. 4000 выстрелов, и в ответ на это Обухов предложил императору дождаться юбилейного тысячного залпа и сказал, что готов встретить его верхом на орудии. Неизвестно, была ли эта история на самом деле или это всего лишь байка, но точно известно, что пушка выдержала даже больше 41 выстрелов, после этого испытания завершились.

Кировский завод – это одно из старейших машиностроительных предприятий нашей страны, до революции он назывался Путиловский. На его основе Николай Путилов создал целый машиностроительный комплекс. В него входило шесть предприятий: четыре металлургических завода в Финляндии, где добывали и перерабатывали руду, и два в Санкт-Петербурге, где работали литейные прокатные механические кузнечные цеха.

Теперь российская империя не зависела от импорта орудий, снарядов и рельс. Поражает, что при таком масштабе производства сам Николай Путилов был человеком скромным и отдал свою жизнь на благо государства.

Суэцкий канал был прорывом, как кратчайший путь между Индийским океаном и Средиземным морем. В этом смысле значение петербургского морского канала было сократить издержки, чтобы, как говорил Путилов, «какой-нибудь куль из Саратова грузился сразу на океанский пароход». С инженерной точки зрения, это был уникальный проект: чтобы превратить Санкт-Петербург из речного порта в морской, необходимо было углубить форватер, создать морской канал между Кронштадтом и Невой и построить новый порт. На строительство требовалось 16 млн руб, государство выделило всего 2 миллиона на строительство Путиловской железной дороги, ведущей к порту и соединяющей все входящие в Петербург с юга и востока железные дороги. Кроме того, строительству всячески препятствовали дельцы, которые занимались транспортировкой грузов из Кронштадта в Петербург и не желали терять доход. Путилов вкладывал в проект собственные средства, он успел завершить подъездные железнодорожные пути от заводов к морю, но денег на строительство порта не хватало. Путилов в кредит выкупил земли под строительство порта и барочного канала и влез в долги, рассчитаться с которыми был не в состоянии. Некогда успешный предприниматель оказался полным банкротом. Его сердце не выдержало, он умер в возрасте 60 лет 15 мая 1885 года. Морской порт Санкт-Петербурга стал самым крупным в стране. В своём завещании Николай Иванович просил похоронить его на острове Гладкий, откуда открывался вид на морской канал и Путиловский завод, но на это требовалось одобрение Александра II. Заслуги Путилова в Петербурге признавали все: и его конкуренты, и император, и простые горожане, об этом свидетельствует хотя бы тот факт, что гроб Путилова, основателя завода, рабочие на руках несли 14 км до места погребения, а впоследствии на деньги заводчан на этом месте был построен храм,

где прах Путилова и его супруги перезахоронили в советское время, храм перестроили до неузнаваемости.

**Список литературы:**

1. «ЗВЕЗДА» - Док. Фильм Николай Путилов. Так закалялась сталь», выпуск от 21.10.2023 г. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OMMtZ5ZcilU>.
2. Вакуленко, С.П. Обзор и анализ научных исследований пассажирских перевозок в мегаполисной системе «город-пригород» / С.П. Вакуленко, П.В. Куренков, Ю.Н. Дранченко // Вестник транспорта. – 2016. – №9. – С. 37-42.
3. Цифровые транспортные коридоры для перевозок грузов и пассажиров / А.А. Климов, В.П. Куприяновский, П.В. Куренков, О.Н. Мадяр // Вестник транспорта. – 2017. – №10. – С. 26-30.
4. Анализ подходов к определению пропускных способностей объектов транспортной инфраструктуры / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Электрон. журн. – 2020. – № 9. – С. 8-13.
5. Влияние экономических санкций на транспортную логистику Российской Федерации / П.В. Куренков и др. // Социально-экономический и гуманитарный журнал. – 2022. – №4(26). – С. 83-93.
6. Материальные потоки в макрологистических системах: систематизация и классификация / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2019. – №7. – С. 21-26.
7. Экономика мультимодальных перевозок проката черных металлов на направлении Муром – Шанхай / П.В. Куренков и др. // Экономика железных дорог. – 2024. – №2. – С. 31-43.
8. Куренков, П.В. Взаимодействие отправителей и получателей каменного угля при экспортных перевозках в смешанном сообщении / П.В. Куренков, А.В. Багимов // Материалы международного научнообразовательного форума. – Бургас: 2014. – №1(5). – С. 258-265.
9. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
10. Куренков, П.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С.32-40.
11. Куренков, П.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами / П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С.16-24.
12. Куренков, П.В. К вопросу развития комплексных транспортно-логистических услуг в обеспечении контейнерных перевозок на юге России / П.В. Куренков, И.А. Солоп, Е.А. Чеботарева // Транспорт и логистика: тренды и барьеры развития в условиях пространственно-технологических ограничений и неопределенности: сб. науч. тр. V междунар. науч.-практ. конф. / РГУПС. – Ростов н/Д, 2021. – С. 75-78.
13. Полянский, Ю.А. Топологическое моделирование взаимодействия хозяйств железной дороги / Ю.А. Полянский, П.В. Куренков // Транспорт: наука, техника, управление: научный информационный сборник. – 2003. – №7. – С. 8.
14. Тихомиров, В.О. Методика расчета экономических потерь железных дорог при взаимодействии с портами / В.О. Тихомиров, П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2005. – №11. – С. 37-43.



Крестина А. Д., студент  
Научный руководитель: Дудник В. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
krestinann@yandex.com

## МЕЖДУНАРОДНАЯ ЛОГИСТИКА В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ: ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ

**Актуальность.** Логистический кризис начался еще во время пандемии: закрытие международных границ и ковидные ограничения серьезно повлияли на всех игроков рынка. В 2022 году российские аналитики ожидали восстановительного роста, однако сфера столкнулась с новым вызовом: внешнеполитической обстановкой и введением санкций.

Для предпринимателей такое положение обернулось крупными финансовыми потерями, приостановкой работы бизнеса и даже его полной ликвидацией. Однако существуют возможности выстраивать международную логистику в новых условиях и при этом не потерять деньги

**Целью** исследования является выявление направлений для оптимизации процесса международной логистики в современных условиях.

**Результаты исследования.** В 2022 году вендоры столкнулись со стремительным уходом западного бизнеса с рынка логистических услуг. Бизнес не смог воспользоваться традиционными маршрутами и схемами логистики: из-за отключения SWIFT стал невозможен безналичный расчет, в марте 2022 года от сотрудничества с Россией отказалась компания Maersk – крупнейший в мире контейнерный оператор, позже последовали CMA CGM и MSC. Осенью для грузоперевозок закрылись европейские границы. Символом 2022 года стала неопределенность: ситуация развивалась динамично, а планировать предприятия могла исходя из нескольких дней.

Одной из самых выгодных стратегий выживания для компаний стала оптимизация: поиск альтернативных маршрутов и их тщательный анализ, сокращение издержек, изменение стратегий закупок, заключение контрактов с новыми поставщиками.

В настоящее время дна логистика переориентировалась с запада на восток. К марту 2022 года все порты западного региона России были подвержены блокировке санкциями, что привело к глобальной перестройке логистических маршрутов для российского бизнеса. В марте-апреле 2023 года был осуществлен возврат контейнерного оборудования санкционных линий, что упростило работу морских терминалов Дальнего Востока вплоть до наступления зимы, когда обороты объема перевозимого груза растут.

Затем наблюдался сдвиг в перевозках: по прямому ЖД-сообщению из Китая объем увеличился втрое. Также в 2022 году значительно возросли объемы импорта из Юго-Восточной Азии через порты Дальнего Востока, в том числе из Китая объем вырос на 26%. Изменение акцентов на множество стран Юго-Восточной Азии (Китай, Индию, Вьетнам и другие) позволило российскому бизнесу не потерять то, над чем они работали долгие годы.

Рынок начал активно подстраиваться под изменившиеся условия: обозначились новые транспортные схемы и маршруты, которые позволяют оптимизировать перевозки и обойти санкции. Так, поставки на Северо-Западном направлении все еще возможны, хотя и осложняются логистическими «крюками». Для автомобильной доставки грузов в ЕС приходится организовывать перецепку или перепогрузку фур на границе с Беларусью либо осуществлять перерегистрацию авто в странах, транспортное

сообщение с которыми не ограничено в Европе – например, в Узбекистане.

Морские перевозки были оптимизированы посредством использования Турции, которая стала одним из самых популярных транзитных направлений для перевозки морских грузов из ЕС. Задействуются схемы реэкспорта с переоформлением груза в портах – товары перегружают на другие суда и доставляют в Россию.

Однако, в 12-м антироссийском пакете санкций ЕС ввёл обязательное условие для стран союза, согласно которому категорически не допускается реэкспорт в Россию продукции и технологий двойного назначения. ЕС обязует экспортёров определённых продуктов в третьи страны прописывать в соглашениях на поставку (появится в контрактах с 20 марта 2024 года) условие, запрещающее реэкспорт в Россию. В список товаров, которые попали под ограничения, входят: микросхемы, танталовые конденсаторы, видеопереговорные устройства, диоды, транзисторы, шариковые подшипники и другое.

Как считают специалисты, чтобы избежать действия санкций, страны, которые занимаются реэкспортом, будут придумывать новые схемы нейтрализации ограничений со стороны ЕС, чтобы сохранить за собой российский рынок.

Интенсивно сейчас развивается транспортный коридор «Север – Юг», грузопоток которого проходит через территории Ирана, Азербайджана, Туркменистана и Казахстана. Данный коридор открывает возможности для быстрого импорта из Индии. Для доставки из стран Юго-Восточной Азии используется транзит через территорию Китая – новый транзитный мост через реку Амур и железнодорожный переход Нижнеленинское – Тунцзян.

По данным Главного таможенного управления КНР, за 2023 год объем товарооборота с Россией вырос на 26,3% – до рекордных \$240,11 млрд. Доля импорта при этом выросла на 12,7%, достигнув \$129,13 млрд.

В последнее время значимость МТК «Север – Юг» увеличивается и, по прогнозам Евразийского банка развития, ежегодный объем его перевозок к 2030 году составит как минимум 14,6 млн. тонн. Также идет развитие перевозки грузов по данному маршруту из России в Индию, страны Персидского залива и Северную Африку.

Одним из сложных направлений остается воздушный транспорт, на котором перевозка грузов упала больше, чем на 50 % и для восстановления позиций пока нет никаких перспектив. Поскольку поставки грузов воздушным транспортом, в основном, остановлены возникает очень сложная ситуация с доставкой другими видами. Они зачастую перегружены и не могут в полной мере заменить воздушную перевозку. И, как следствие, стоимость услуг транспортно-логистических компаний увеличивается.

Однако актуальной проблемой остаются сроки поставок – из-за высокого спроса и возросшей нагрузки на логистические пути приходится закладывать дополнительное время на доставку. В этой связи компании все чаще стали использовать мультимодальные перевозки – доставку груза двумя и более видами транспорта. В основном она подразумевает под собой конструкцию «морской + железнодорожный + автотранспорт», но возможны и другие комбинации. Это позволяет не только ускорить доставку, но также сократить издержки и найти оптимальный маршрут в случае отсутствия возможности для прямых поставок.

Преимущество мультимодальной схемы в международной логистике России заключается в значительном сокращении сроков доставки. Так, импорт из Китая с использованием автомобиля, далее поездом составляет практически 1 месяц (доставка автотранспортом занимает около 25-28 дней, а железнодорожная перевозка – от 16 до 21 дня в зависимости от маршрута). В то же время сроки мультимодальной транспортировки составляют 15-18 дней.

Среди преимуществ мультимодальных перевозок также можно выделить:

1. Снижение расходов, т.к. договорные отношения устанавливаются только с одной компанией, поэтому оплата производится только одному исполнителю.

2. Безопасность и гарантии. Ответственность за доставку и сохранность груза возложена на исполнителя, поэтому в случае повреждения или утери товара, исполнитель заплатит денежную компенсацию.

3. Минимальный сбор документации. Заказчик должен передать исполнителю один пакет документов, все остальные бумаги организация подготовит самостоятельно.

При этом следует учитывать тот факт, что схему мультимодальной перевозки грузов предприятиям сложно организовать самостоятельно. В этом случае эффективнее воспользоваться услугами компетентной и опытной логистической компании, от профессионализма сотрудников которой во многом зависит весь процесс доставки груза, его скорость, экономичность и безопасность.

Оптимизация логистики включает в себя реинжиниринг бизнес-процессов. Составление плана оптимизации позволяет проанализировать денежный оборот предприятия и увеличить эффективность работы при снижении издержек. Это индивидуальный процесс, но он всегда затрагивает основные функциональные области логистики – закупки, работу складов и транспортировку.

#### 1. Оптимизация закупок.

При анализе закупок необходимо учесть, сколько времени тратится на доставку товаров, как заполняется склад и как быстро он пустеет. Процессы поставки и отгрузки должны быть четко синхронизированы, чтобы избежать простоя и образования неликвидных товаров. Также необходимо диверсифицировать закупки, выбрав нескольких поставщиков, чтобы снизить риск недоставки товара, брака продукции и задержек.

#### 2. Оптимизация склада.

Затраты на содержание и логистику складов также необходимо пересмотреть. Причины повышенных расходов на работу склада – неэффективное использование помещений, простой товара из-за проблем с оборотностью, ошибки сотрудников. Сократить издержки поможет внедрение автоматизации учета, увеличение плотности хранения за счет переоборудования склада и качественного использования всего объема площади. Также можно использовать складской аутсорсинг, под которым подразумевается передача функций хранения и выдачи товара другой фирме, благодаря чему значительно сокращаются затраты на обслуживание склада.

#### 3. Оптимизация транспортировки.

Определение способа транспортировки в международной логистике является критическим решением, которое может значительно повлиять на ее экономическую эффективность. При наличии различных вариантов транспортировки важно тщательно оценить конкретные требования международных поставок и рассмотреть такие факторы, как временные ограничения, бюджет и характер транспортируемых товаров.

**Вывод.** Таким образом, на современном этапе необходима переориентация внешней торговли России на восточное направление, которое имеет высокий потенциал роста. Укрепление торговых связей с Китаем, Турцией и Ираном, со странами АТЭС, Юго-Восточной Азии, Центральной Азии и Ближнего Востока имеет долгосрочные перспективы развития внешней торговли России в санкционных условиях.

Сегодняшнее состояние международной логистики не является окончательным – очень вероятно, что в самое ближайшее время мир увидит новые маршруты, схемы и компании.

Значительные изменения на рынке транспортно-логистических услуг за счет перераспределения направлений перевозок, формирования новых маршрутов, со строительством и расширением инфраструктуры, требуют оптимизации логистических

процедур, включающих этапы складирования, транспортировки и закупок.

#### Список литературы:

1. Вахрушев, В. Ю. Развитие международной логистики и внешней торговли России в условиях санкций / В. Ю. Вахрушев, М. Б. Худжатов // Маркетинг и логистика. – 2023. – 2 (46). – С. 5-15.
2. Одинцова, Е.В. Влияние антироссийских санкций на логистику и внешнеэкономическую деятельность / Е.В. Одинцова. – Текст: электронный // Российский внешнеэкономический вестник. – 2023. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-antirossiyskih-sanktsiy-na-logistiku-i-vneshneekonomicheskuyu-deyatelnost>.
3. Черноносова, Н.В. Перестройка логистической деятельности в условиях санкций / Н.В. Черноносова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Том 12. – № 10А. – С. 270-276.

Крмаджян К. А., студент  
Научный руководитель: Кужелева А. А., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[krmadjankamila@gmail.com](mailto:krmadjankamila@gmail.com)

### МАРКЕТИНГ БУДУЩЕГО: КАК НЕЙРОМАРКЕТИНГ И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ИЗМЕНЯТ ПОДХОДЫ К ПРОДВИЖЕНИЮ ТОВАРОВ И УСЛУГ

**Актуальность.** Значение ИИ в маркетинге возросло в последние годы благодаря увеличению компьютерной производительности, снижению стоимости вычислений, доступности больших данных, а также развитию алгоритмов и моделей машинного обучения. Компании по всему миру используют ИИ для улучшения качества обслуживания клиентов и персонализации пользовательского опыта. ИИ также помогает организациям принимать более эффективные бизнес-решения благодаря своему огромному потенциалу в анализе данных и извлечении значимых выводов.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследование применения ИИ в маркетинге были рассмотрены в работах Вагина Д. [3], Миргородской О. [1], Карапетяна А., Нечаева В., Халилова Д., Трусовой Ю. В исследованиях данных авторов были рассмотрены нейромаркетинг и ИИ, которые помогут быть более конкурентоспособной компанией в будущем. Для развития компании важно уметь адаптироваться под меняющиеся условия рынка и его тенденций, и не только в технологиях производства и сбыта, но и продвижении.

**Цель исследования** – создание концепции применения ИИ в маркетинговой деятельности компаний для повышения эффективности компаний.

**Результаты исследования** Нейромаркетинг – это наука о том, как наш мозг реагирует на рекламные стимулы [1]. Вместо того чтобы полагаться на опросы и фокус-группы, нейромаркетологи используют технологии, такие как функциональная магнитно-резонансная томография и электроэнцефалография, для изучения мозговой реакции потребителей на рекламные материалы.

Например: компания Frito-Lay использовала нейромаркетинг для определения оптимального дизайна упаковки для своих чипсов. Результаты показали, что яркие цвета и крупные изображения продукта вызывают у потребителей положительные эмоции и увеличивают продажи.

Преимущества и недостатки использования нейромаркетинга (рис. 1 и рис. 2) [2].

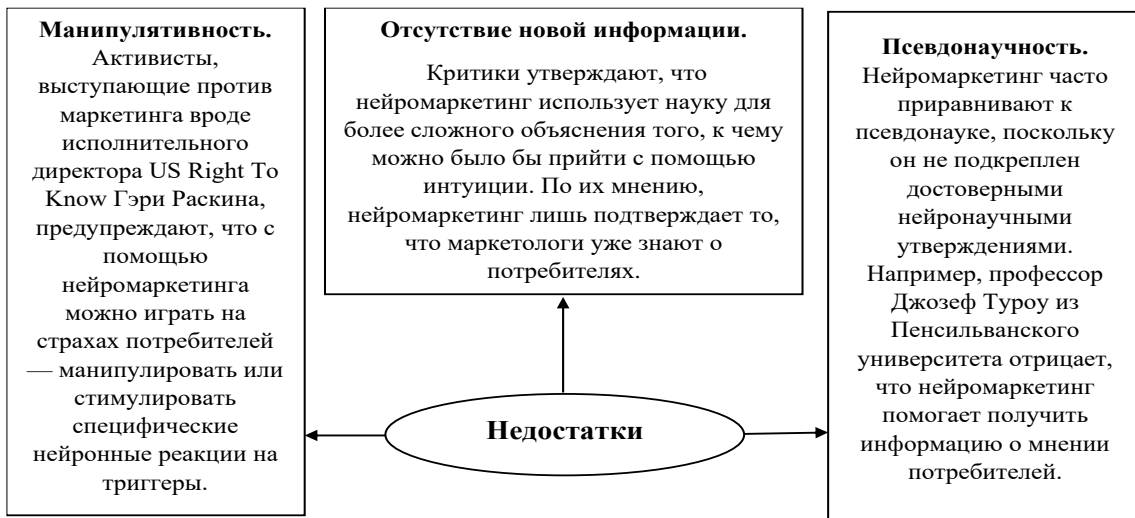


Рис. 1. Недостатки нейромаркетинга



Рис. 2. Преимущества нейромаркетинга

Искусственный интеллект в маркетинге: от анализа данных до создания контента.

ИИ (искусственный интеллект) – это применение моделирования мыслительных операций человеческого интеллекта при помощи машин.

Искусственный интеллект уже давно проник в мир маркетинга. От анализа больших данных для определения трендов и прогнозирования поведения потребителей до создания контента с помощью генеративных алгоритмов – ИИ становится все более важным инструментом для маркетологов.

В качестве примера можно привести компанию JPMorgan Chase использует ИИ для создания рекламных текстов и оптимизации своих рекламных кампаний. Это помогло им сократить время на подготовку рекламы и повысить эффективность своих кампаний [3].

В будущем нейромаркетинг и ИИ могут быть использованы вместе для создания еще более эффективных рекламных стратегий. Некоторые возможные сценарии включают

создание гиперперсонализированной рекламы: используя данные о реакции мозга потребителей и анализируя их предпочтения, компании смогут создавать рекламные материалы, максимально адаптированные к каждому конкретному потребителю.

Оптимизация маркетинговых бюджетов: точно прогнозируя реакцию потребителей на рекламные материалы, компании могут более эффективно распределять свои маркетинговые бюджеты и вкладывать средства в наиболее перспективные кампании и каналы продвижения. Автоматизация творческого процесса: используя ИИ для создания контента, маркетологи могут сосредоточиться на стратегических задачах, в то время как машины генерируют текст, изображения и видео с учетом интересов аудитории. Более глубокое понимание мотивации потребителей: нейромаркетинг и ИИ помогут маркетологам лучше понять, что побуждает потребителей к покупке, что позволит им разрабатывать более убедительные и эффективные рекламные кампании. Например, компания Coca-Cola использует нейромаркетинговые исследования, чтобы определить лучшее время для показа рекламы в кинотеатрах. Выявлено: реклама, показанная в определенные моменты фильма, когда зрители испытывают сильные эмоции, лучше запоминается и эффективна.

Преимущества и недостатки использования искусственного интеллекта в маркетинге (рис. 3 и рис. 4) [3].

Искусственный интеллект способен помочь компаниям повысить конкурентоспособность и увеличить прибыль, однако необходим баланс между автоматизацией и человеческим фактором. Компании должны использовать искусственный интеллект в сочетании с креативностью и интуицией для разработки уникальных маркетинговых кампаний и удовлетворения потребностей клиентов.

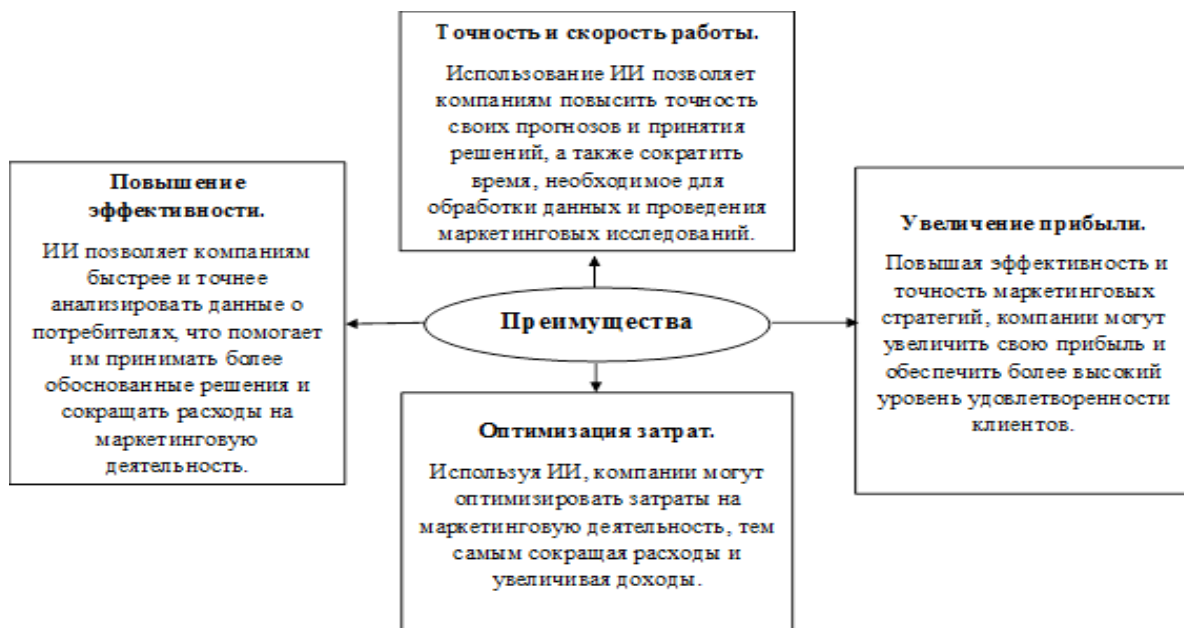


Рис. 3. Преимущества ИИ



Рис. 4. Недостатки ИИ

**Выводы.** Нейромаркетинг и ИИ уже сейчас оказывают значительное влияние на маркетинг, и будут играть всё большую роль в будущем. От гиперперсонализированной рекламы до автоматизации творческих процессов – эти технологии создают новые возможности для маркетологов и предпринимателей. Искусственный интеллект – это мощный инструмент для маркетологов, позволяющий создавать более уникальные и эффективные маркетинговые кампании. ИИ в маркетинге имеет множество преимуществ, позволяя легче адаптироваться к меняющимся потребностям рынка и быстро реагировать на изменения в поведении потребителей. Однако использование искусственного интеллекта имеет и недостатки, и для достижения большей эффективности компаниям необходимо инвестировать в обучение персонала и разработку систем контроля качества для минимизации рисков.

#### Список литературы:

1. Миргородская, О.Н. Технологии искусственного интеллекта в современном маркетинге / О.Н. Миргородская. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-v-sovremennom-marketinge?ysclid=luu7s12uh2609008770/> (дата обращения: 09.04.2024).
2. Толкачев, С.В. Применение искусственного интеллекта в маркетинге / С.В. Толкачев // Научный журнал «Актуальные исследования». – 2024. – № 9(191). – URL: <https://apni.ru/article/8596-primenenie-iskusstvennogo-intellekta-v-market> (дата обращения: 09.04.2024).
3. Нейромаркетинг: современный подход в классическом маркетинге / Е.А. Червякова, Д.Ю. Вагин, Д.В. Середина, Е.В. Яшкова. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyromarketing-sovremennyy-podhod-v-klassicheskom-marketinge?ysclid=luu7v2zstb857932737> (дата обращения: 09.04.2024).

<sup>1</sup>Лида Мельник Кардеро, аспирант,  
<sup>2</sup>Ширяев А. В., <sup>2</sup>Курьшина А. А., <sup>2</sup>Николаева В.Ю., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор  
<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)  
<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
*zakharovsam@mail.ru, a.kuryshina@mail.ru,  
nikolaeva.valentina.nikolaeva@yandex.com*

## АНТИЛОГИСТИКА МОДЕРНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НАТО В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ

В последнее время мы многое слышим о наращивание боевой мощи НАТО, но оказывается, в структуре этого военного блока есть свой бедный родственник. Именно так Французское издание *Le Monde* называют логистику альянса в Европе. При этом именно она играет одно из ключевых ролей в современной военной доктрине. Кто быстрее мобильнее, тот и имеет преимущество. Почему логистические возможности НАТО в Европе считают серьёзной проблемой альянса и как её будут пытаться решить? Постараемся ответить на этот вопрос, используя материалы, опубликованные в источниках [1-3].

FAST-LOG – это железные дороги, это порты, это цифровая связь со складами и так далее, и тому подобное это просто автомобильные дороги. Это всё предназначено для того, чтобы в нужное время в нужном месте сосредоточить определенное количество войск снабженное всем. Полномочия по командованию ими в Европе никто никому не отдает. Есть в НАТО специальные структура вроде объединенного командования по тыловому обеспечению и логистике. Они это делают, вот поэтому они разработали вот это вот. Эту структура, это инструментарий, это все подготовлено, но на самом деле это работает слабо. Почему? Слабо работает, потому что у каждой страны, которая входит в НАТО есть своя железнодорожная система, есть объединённые системы там, например, Франция, Бельгия и так далее. Но единой системы такой не существует, они пытаются ее наладить, тем более что есть разные нормативы в разных странах, поэтому это всё надо подгонять. На неё долго не обращали внимание, потому что она не зарабатывает деньги. Тем более что НАТО это по большому счёту бумажные структуры. Это командование, штабы, Директивы планы боевых действий и так далее и тому подобное, а на землю они опускаются раз в год. Вот сейчас проходят учения на учениях. Вот на учения надо доставлять войска. Вот тогда они вспоминают, что есть такая система, что есть такая логистика и надо войска перебросить в Финляндию.

Допустим, Франция да решила перебросить войска в Финляндию. Но на границе возникает проблема, потому что есть таможенные правила. Да, есть санитарные правила и так далее и тому подобное, и они хотят сделать натовский шенген, чтобы можно было грузы и так далее перевозить спокойно, но пока это упирается во всякую бюрократию на границах. Потому что за таможенные пошлины надо платить, за санитарный кордон надо платить и не все страны готовы отказаться от этих выплат. Тем более что при перемещении натовских войск и при пересечении ими общеевропейских границ, нужно платить таможенные пошлины. Для этого они создают единые коридоры, например, Франция, Германия, Польша.

Логистические планы и регламенты по быстрому перемещению войск на европейском континенте не обновлялись с 1997 года. Сама инфраструктура также постепенно приходила в упадок. В конце января этого года Еврокомиссия выделила 807 миллионов Евро на ее модернизацию. Всего списке 38 проектов, среди них



реконструкция железнодорожных путей в 10 странах Евросоюза. Кроме того, обновление объектов двойного назначения в портах Бельгии и Швеции, а также аэропортах Латвии и Литвы до 2027 года ЕС планирует выделить 1 миллиард 700 миллионов евро на реконструкцию военно-транспортной инфраструктуры. Впрочем, эксперты отмечают, что этого явно недостаточно. Еще в 2020 году необходимые затраты оценивались в 6,5 с половиной миллиардов евро, но тогда в ЕС решили отложить эту тему на потом.

В 2016 году Великобритания, Канада и США активировали программу военной мобильности, которая позволила без лишних проволочек перебрасывать войска по территории этих стран. Сейчас к ней присоединились Германия, Нидерланды и Польша. Американцы сейчас усиленно продвигают идею единого европейского военного, транспортного коридора.

В рамках программы «военная мобильность» в Европе идёт строительство железнодорожной ветки Таллин, Рига, Каунас, Варшава, Берлин. По словам Виктора Литовкина, военный обозреватель, это будет железнодородная ветка, над которой нужно будет поработать, ведь в Прибалтике железная дорога советского размера, да и для того, чтобы переходить на европейскую дорогу, надо переставлять железнодорожные пары и электрифицировать их.

Начата модернизация мостов, строительство перехода Яссы – Унгены в Молдавии чтобы ускорить движение автотранспорта на Одессу. Планируется модернизировать кратчайшие сроки и ещё 9 мостов через реку Прут.

Большие преобразования коснулись и железных дорог. Сентябре 2023 в Бухаресте было объявлено о начале строительства новой магистрали. «Колеи будут европейского стандарта 1435 мм. Они заменят железнодородное полотно советского образца в 1513 мм на участках Пашканы-Яссы-Унгены и Галац - Джурджулешты. Это позволит поездам двигаться без остановок и не менять колёса на границах. В дальнейшем новые рельсы будут переложены до Кишинёва и далее до Одесской области.» Это рассчитано на увеличение пропускной способности. Но давайте не будем ещё забывать тот факт, что для Румынии очень выгодно знать то, что будет сейчас. А сейчас у нас идут деньги, идёт финансирование, идёт стройка, идёт расширение транспортной инфраструктуры. А если вдруг всё закончится, а у нас это останется.

Планы расширения дорог были разработаны не вчера. Верховный представитель ЕС по Странам делама Жозеп Боррель еще в конце 2022 года заявлял, что европейский союз подключит Молдавию и Украину к проектам по увеличению военной мобильности: «Мобильность имеет Решающее значение для нашей обороны мы должны быстро перемещать военные подразделения, оборудования и технику с одной части Евросоюза в другую. военная поддержка Украины показывает, что это имеет большое значение.»

По мнению Александра Александровского, грандиозное дорожно-строительная активность в Причерноморье спровоцирована прежде всего НАТО. Официально работы проводятся в рамках создания зоны так называемого военного Шенгена, что подразумевает беспрепятственное перемещение военных грузов по территории ЕС. Они не только начали свои инфраструктурные проекты с строительством транспортной инфраструктуры, чтобы мобильная динамично направлять вооружение и войска как раз в пограничную зону с Украиной, как минимум. Вопрос чисто нехватки, нехватки реального времени.

В НАТО ранее указывали на логистические трудности в Румынии. В этой стране мосты, дороги и туннели не рассчитаны на прохождение крупных колонн тяжёлой военной техники. Дорожно-транспортная инфраструктура Европейского союза на отличается прежде всего, от нашей Российской. Очень много таких, скажем, лакомых

транспортных участков в европейской зоне контролируются частным бизнесом. Он никогда не исходит из того, что этот объект будет использоваться в военных целях. Теперь этот перекося срочно исправляют, но делается это не по всей Румынии, а в приграничных районах, чтобы можно было оперативно доставлять солдат и боеприпасы с ближайших баз НАТО. Их альянс, к слову, тоже расширяет.

В феврале 2024 г. стало известно, что боевая группа НАТО в Румынии под руководством Франции будет увеличена. В весне 2025 года, полк дорастёт до бригады. Франция объявила о переброске специальных военных соединений на территорию Румынии, прежде всего, скорее всего, это легионеры. Задача его будет - оперативное быстрое реагирование на разворачивание ситуации. Для этого из Франции в Румынию будут переброшены дополнительные подразделения и несколько сотен единиц техники. Число французских солдат увеличится с нынешних 1500 до 4000 человек.

Боевая группа НАТО в Румынии была сформирована в мае 2022 в рекордно короткие сроки. За последние 2 года, это подразделение оснастили 13 танками леклер и сотнями бронетранспортёров. Это, прежде всего, слово своей массе. Это противотанковая техника, это ПТРК это стрелкового оружия, это так самоходные гаубицы, это колесные танки, которые, кстати, на Украине показали полную бесполезность. То есть эта техника на прежде всего разрабатывалась для Африки, где ездить надо по песку, а не по грязи.

Помимо румынских и французских солдат, в Трансильвании служат солдаты из США, Северной Македонии, Бельгии, Люксембурга, Польши и Португалии. Фактически западные страны готовятся входить в конфликт, уже своими вооружёнными силами, либо своими впрямую прокси не забываем, что французов есть замечательные так называемый частный французский легион да, который имеет возможность якобы заниматься какими-то действиями.

Как отмечают аналитики, это Авангард, задачи которого входит обеспечение развёртывания крупных сил Североатлантического альянса. В реальности Россию это не остановит. Есть задача, которую российская сторона будет решать. Та же задача фактически разоружения. Россия не только внимательно следит за активизацией стран НАТО вокруг Украины, но и предпринимает действия. 16 января результате точечного ракетного удара по гостиницам Харькове российскими ВКС было уничтожено до 60 французских наёмников. В Париже гибель своих граждан сначала отрицали, потом погибших назвали волонтерами, а после и вовсе постарались замять эту историю.

Не исключено, что погибшие французские военные готовили плацдарм для дальнейшей переброски западных наемников. Тем временем самой пятой республики после слов Макрона необходимости отправки войск на Украину начали готовиться к возможной военной компании. Французы, подписанные на крупнейших в стране портал вакансий, стали получать новые предложения о трудоустройстве. Потому что добровольцы закончились. Французский иностранный легион бесконечно на поле боя украинцы говорят на русском, поэтому Французский легионер уже закончились, соответственно, нужно объявлять о наборе новых срочный набор осуществляют. ВВС Франции требуются люди, в совершенстве владеющие русским языком. Пока Россия лингвист для ВВС включает в себя перехват, запись, расшифровку и анализ переговоров лётчиков. Нужна Обратная связь, когда даже если им удастся перехватить переговоры на российских лётчиков, чтобы они хотя бы понимали, что происходит и какие команды передают наши пилоты. Ну в реальности я думаю, что ни к чему хорошему это не приведёт. Тем более для Франции.

Эксперты полагают, что активность НАТО с разработкой планов сухопутной операции на Украине может являться игрой на нервах. Тот же Эммануэль Макрон, привыкший много говорить, но мало делать, просто пытается напугать Москву своей

якобы решительностью. По словам Ивана Сурмы: «Такое ощущение, что ему это рук не сойдёт, но опять-таки же он ставленник финансового капитала. Ставленник, скажем так, Великобритания Соединенных Штатов этих элит. И он отработывает их повестку, но он по-другому не может, он так воспитан.»

Так что, делая громкие заявления, Макрон и его окружение решают прежде всего свои проблемы, главное из которых сохранить лицо при скором и неминуемом крахе киевского режима.

#### Список литературы:

1. Проблемы логистики НАТО и политика против телескопов. – URL: [https://tvzvezda.ru/video/programs/this\\_morning/2024226954-t5aPI.html](https://tvzvezda.ru/video/programs/this_morning/2024226954-t5aPI.html).

2. По горячим следам. У краха глаза велики. – URL: <https://yapolitic.ru/59634-pogoryachim-sledam-u-kraha-glaza-veliki-110324>.

3. Логистика, индустриализация и железнодорожное строительство в Новороссии / В.Т. Волов, З.В. Филимонова, П.В. Куренков [и др.] // Логистика. – 2023. – №12(205). – С. 21-23.

4. Экономика строительства железных дорог в Новороссии XIX века / П.В. Куренков, В.Т. Волов, З.В. Филимонова, Е.А. Герасимова // Экономика железных дорог. – 2024. – №1. – С. 79-86.

<sup>1</sup>Минаева Е. С., <sup>2</sup>Козлов С. Л., <sup>2</sup>Михайлова А. А., <sup>2</sup>Афанасьева В. А., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Харитонова М. Н., канд. экон. наук, доцент

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ), РФ

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ  
*minaeva.liza@yandex.ru, sergejkozlov173@gmail.com,  
mikhaylovaalisa1234567@mail.ru, afanasevaviktoriya@yandex.ru*

### ПРИМЕНЕНИЕ МАШИННОГО ЗРЕНИЯ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ДАЛЬНЕЙШЕГО ВНЕДРЕНИЯ

Машинное зрение, или компьютерное зрение, на железнодорожном транспорте является неотъемлемой частью интеллектуальных систем управления движением поездов. Оно обеспечивает безопасность движения, оптимизацию работы инфраструктуры и повышение эффективности эксплуатации железнодорожного транспорта. В данной статье мы рассмотрим текущее состояние и перспективы развития машинного зрения в этой сфере.

Машинное зрение может быть полезным на железнодорожном транспорте в различных аспектах для повышения безопасности, эффективности и обслуживания. Вот несколько способов применения:

#### 1. Мониторинг состояния путей:

использование камер и датчиков для непрерывного мониторинга состояния путей; обнаружение дефектов, трещин, износа и других повреждений на рельсах; автоматическое уведомление и планирование технического обслуживания при выявлении проблем.

#### 2. Детекция и прогнозирование деятельности на путях:

анализ машинного зрения для обнаружения объектов на путях, таких как люди, транспортные средства или животные;

прогнозирование действий, таких как пересечение путей, чтобы предотвратить аварии.

3. Мониторинг состояния поездов:

использование камер для визуального мониторинга состояния вагонов и локомотивов;

обнаружение повреждений, износа или проблем с оборудованием.

4. Безопасность на переездах:

установка камер на железнодорожных переездах для мониторинга движения транспортных средств и пешеходов;

автоматическое определение небезопасных ситуаций и предупреждение локомотивного оборудования.

5. Управление потоком грузов и поездов:

использование машинного зрения для оптимизации управления движением поездов и грузов.

обнаружение перегрузок, задержек и других проблем в реальном времени.

6. Поддержка автоматизированных систем управления: интеграция машинного зрения с автоматизированными системами управления поездами для улучшения точности и реакции на изменения в окружающей среде.

7. Мониторинг пассажирского потока:

использование камер для отслеживания пассажирского потока на станциях и в поездах;

анализ загруженности вагонов и оптимизация предоставления услуг.

Беспилотные технологии все шире применяются в различных областях. В отчете аналитиков Visiongain указано, что мировой рынок технологий по автоматизации подвижного состава в последние годы динамично развивается. Сегодня объем рынка составляет более \$7 млрд и к 2031 г. превысит \$21 млрд.

Система автоматического управления движением поездов (САУ ДП) является перспективной и повышающей безопасность пассажирских и грузовых перевозок. Железнодорожные компании рассматривают САУ ДП как новую операционную парадигму, которая даст возможность повысить гибкость и безопасность движения с одновременным снижением операционных затрат. При этом рассматриваются три ключевых сегмента использования системы автоматического управления движением поездов: магистральный, маневровый и городской.

Для разработки и внедрения высокотехнологичных решений в области искусственного интеллекта и систем автоматического управления во многих странах создаются проекты, способные довести перспективные разработки с элементами искусственного интеллекта и сенсорики до промышленного образца. К ним относятся такие проекты, как Sensors4Rail, SMART2, RODS от Rail Vision, VAL 2020 и многие другие, в том числе стартующий в 2024 г. Europe's Rail (EU-Rail), созданный в рамках программы Horizon Europe (2020-2027) и являющийся универсальным преемником совместного предприятия Shift2Rail.

В России системы технического зрения применяются с 2017 г. на тяговом подвижном составе на станции Лужская. К существующим проектам российских разработчиков относятся Ctrl@Vision 100 (ООО «ЛокоТех-Сигнал»), БОП (ОАО «РЖД»), АО «НИИАС») и БСТЗ (АО «НИИАС»), Cognitive Rail Pilot (ООО «Когнитив РобоТикс»). Разработку СТЗ осуществляют и другие предприятия, в том числе «АВП-Технология».

**Перспективы развития машинного зрения на железнодорожном транспорте**

В будущем машинное зрение будет играть еще более важную роль в обеспечении безопасности и эффективности железнодорожного транспорта. Некоторые из возможных направлений развития машинного зрения включают:

1. Применение искусственного интеллекта и глубокого обучения: позволит улучшить точность и надежность распознавания объектов, а также обеспечит более эффективные методы анализа данных.

2. Использование новых технологий, таких как LiDAR и ультразвуковые сенсоры: позволит повысить точность и дальность обнаружения объектов и препятствий, а также улучшить качество получаемых данных.

3. Интеграция с другими сенсорами: позволит получить более полную информацию об окружающей среде и повысить эффективность работы систем управления.

Таким образом, внедрение системы «машинного зрения» с алгоритмами «умного» анализа на основе искусственного интеллекта и видеонаблюдения, применение облачных технологий, автоматический анализ и обмен видеоданными в реальном времени с возможностью пооперационного моделирования – все это прогрессивные инструменты дальнейшего развития научной организации труда в Компании уже сегодня, а также является важной составляющей интеллектуальных систем управления в хозяйствах всех видов транспорта, особенно в хозяйстве перевозок [1-13].

#### **Список литературы:**

1. Куренков, П.В. Ситуационное управление издержками эксплуатационных локомотивных депо / П.В. Куренков, Н.Ю. Каргина // Современный транспорт: инфраструктура, инновации, интеллектуальные системы: Сб. трудов (материалы конференции). – М.: Международная академия транспорта, 2013. – С. 72-77.

2. Куренков, П.В. Логистический аспект применения форсайт-технологий к управлению сортировочными станциями / П.В. Куренков, М.А. Нехаев // Логистика: современные тенденции развития: материалы XII Междунар. научно-практич. конференции, 16-17 апреля 2012 г., Санкт-Петербург / СПб.: ИНЖЭКОН, 2012. – С. 175-177.

3. Куренков П.В., Нехаев М.А. Задачи ситуационно-процессного управления сортировочной станцией // Железнодорожный транспорт. – 2012. – №4. – С. 29-31.

4. Куренков, П.В. Логистическое моделирование сортировочной станции в интеллектуальной системе управления перевозочным процессом / П.В. Куренков, М.А. Нехаев // Логистика: современные тенденции развития: материалы XII Междунар. научно-практич. конференции, 19-20 апреля 2012 г., Санкт-Петербург / СПб.: ИНЖЭКОН, 2012. – С. 393-396.

5. Куренков, П.В. Моделирование работы сортировочной станции в интеллектуальной системе управления перевозками / П.В. Куренков, М.А. Нехаев // Железнодорожный транспорт. – 2012. – № 9. – С. 20-22.

6. Куренков, П.В. Применение форсайт-технологий в управлении экономическими процессами на транспорте / П.В. Куренков, М.А. Нехаев // Экономика железных дорог. – 2012. – №3. – С. 38-48.

7. Куренков, П.В. Применение форсайт-технологий для повышения эффективности работы сортировочных станций / П.В. Куренков, М.А. Нехаев // Железнодорожный транспорт. – 2013. – №4. – С. 25-28.

8. Куренков, П.В. Ситуационно-логистическое управление станционными процессами / П.В. Куренков, М.А. Нехаев // «Новые подходы к развитию логистики в формате Россия – член ВТО: отвечая на вызовы. Расширяя возможности»: Сб. науч. тр.

Международной научно-прак. конф., РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, 12-12 сент. 2012 г. / Ростов-на-Дону: РГЭУ (РИНХ), 2012. – С. 393-401.

9. Куренков, П.В. Применение форсайт-технологий в управлении транспортным комплексом / П.В. Куренков, М.А. Нехаев, Н.В. Мойсевич // Вестник транспорта. – 2012. – № 3. – С. 36-44.

10. Мохонько, В.П. Проблемы создания ситуационно-аналитической системы управления перевозочным процессом на железнодорожном транспорте / В.П. Мохонько, В.С. Исаков, П.В. Куренков // Бюллетень транспортной информации. – 2004. – № 9. – С. 22-27.

11. Охотников, А.Л. Алгоритм выбора оборудования для систем технического зрения на железнодорожном транспорте / А.Л. Охотников // Наука и технологии железных дорог. – 2021. – Т.5. – №1. – С. 65-74.

12. Охотников, А.Л. Управление автоматическими транспортными объектами в стохастической ситуации / А.Л. Охотников, В.Я. Цветков // Автоматика, связь, информатика. – 2021. – №2. – С. 37-41.

13. Охотников, А.Л. Алгоритмы транспортных киберфизических систем / А.Л. Охотников, В.Я. Цветков, А.В. Козлов // Железнодорожный транспорт. – 2021. – №12. – С. 49-53.

Мингалева К. М., студент

*Научный руководитель:* Каримова С. А., канд. экон. наук  
Альметьевский государственный технологический университет, РФ  
*mingaleeva.camilla@yandex.ru*

## **ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В КИТАЕ: КАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ПРЕДПОЧТЕНИЯХ И ТРЕБОВАНИЯХ ПОКУПАТЕЛЕЙ ВЛИЯЮТ НА МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ**

**Актуальность.** Изменения в предпочтениях и требованиях китайских потребителей, такие как рост онлайн-покупок, спрос на продукцию высокого качества и безопасности, а также интерес к экологически чистым продуктам, представляют вызовы и возможности для брендов и компаний, стремящихся успешно привлечь и удержать китайских покупателей. Исследование этих тенденций поможет компаниям адаптировать свои маркетинговые стратегии под изменяющиеся потребности рынка Китая и оставаться конкурентоспособными в динамичной среде.

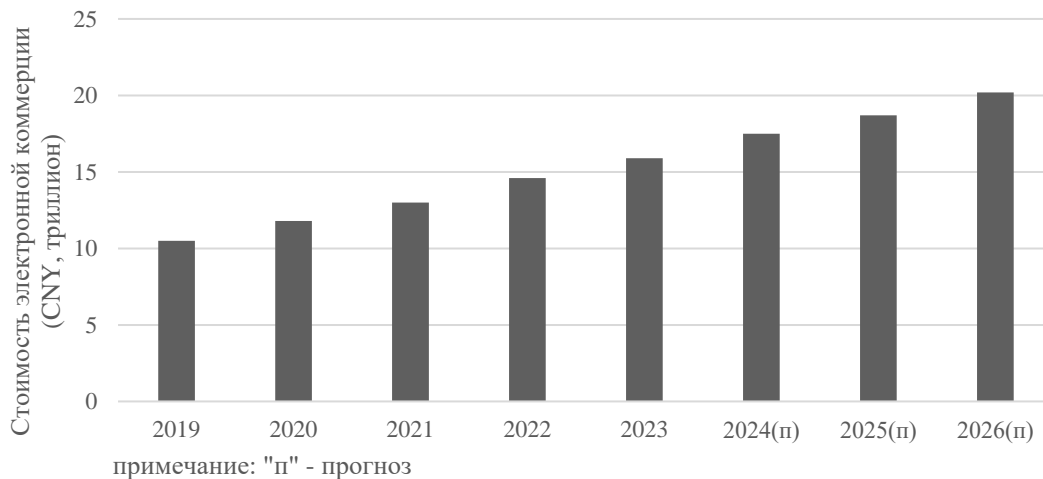
**Результаты исследования.** На сегодняшний день китайский рынок является одним из самых динамичных и быстрорастущих в мире. Для того, чтобы выбрать верную стратегию позиционирования товара, эффективные на данном рынке рекламные инструменты, каналы продвижения и др., необходимо всесторонне изучить стратегический рынок, его культурные, национальные, географические, экономические и иные особенности, а также предпочтения и специфику потребителей. Типичные китайские потребители - люди среднего класса от 17 до 36, которые мало экономят. Молодые китайцы хорошо разбираются в новейших технологиях и 67 % своих покупок совершают в интернете [1].

Практичность – одна из ключевых особенностей современного китайского народа. КНР является развивающейся страной, которая стремится к инновациям и трендам, которые смогут существенно облегчить жизнь своих граждан, и внести вклад в дальнейшее развитие страны. Потребители крайне не приветствуют сложные

алгоритмы, вынуждающие их потратить время и энергию. Вместо этого они будут искать более простые и в то же время надежные варианты [2].

Покупки через интернет и мобильные платформы становятся все более популярными среди китайских потребителей. Одной из основных тенденций, которая оказывает влияние на маркетинговые стратегии в Китае, является рост числа потребителей, предпочитающих покупки в онлайн-магазинах (рис. 1). С развитием интернета и мобильных технологий китайские потребители все чаще обращаются к онлайн-платформам для поиска и покупки товаров. Это требует от компаний пересмотра своих подходов к продвижению товаров и услуг, а также создания удобных и привлекательных онлайн-продаж.

Также стоит отметить рост интереса к экологически чистым продуктам и устойчивому потреблению. Китайские потребители все больше обращают внимание на вопросы экологии, устойчивости и социальной ответственности брендов. Это требует от компаний внедрения экологических и социальных инициатив в свою деятельность, а также активного продвижения этих ценностей среди потребителей.



Источник: GlobalData Banking and Payments Intelligence Center

Рис. 1. Стоимость электронной коммерции в Китае (CNY, триллион)

Еще одной важной тенденцией является рост спроса на продукцию высокого качества и безопасности. Заработная плата китайского потребителя растет, поэтому он становится все более осведомленным и требовательным, предпочитает покупать товары от известных брендов с хорошей репутацией и сертифицированными продуктами. Это ставит перед компаниями задачу не только производить качественные товары, но и активно коммуницировать свои ценности и стандарты потребителям.

Китай не из тех стран, которые будут стоять на месте. Рынок КНР имеет огромные перспективы на будущее, поэтому подвергается постоянному развитию и изменениям, как и его потребители. Поэтому со стороны компании необходимо выработать способность к адаптации и подстраиванию к любым изменениям. Малейшее отставание от трендов и конкурентов может нести за собой большие потери [2].

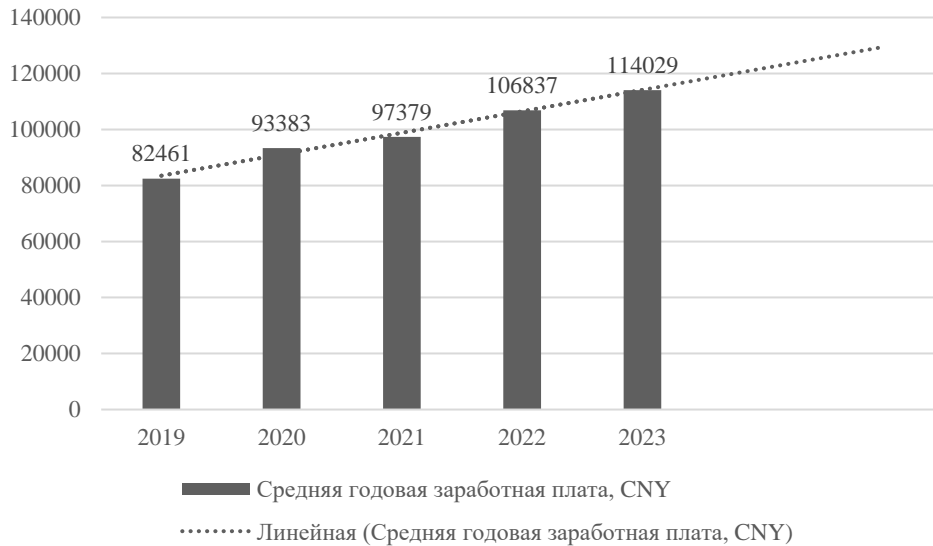


Рис. 2. Средняя годовая заработная плата в Китае, CNY [3]

В целом, изменения в предпочтениях и требованиях китайских потребителей создают новые возможности для компаний, способных адаптировать свои маркетинговые стратегии под эти тенденции. Важно следить за изменениями на рынке, изучать потребности потребителей и быстро реагировать на них, чтобы оставаться конкурентоспособными и успешными в условиях динамичного рынка Китая.

#### Список литературы:

1. Шаренкова, Т.А. Особенности китайского маркетинга и китайских потребителей в современных условиях / Т.А. Шаренкова, М.В. Никитина. – Текст: электронный // Российско-китайские исследования. – 2019. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kitayskogo-marketinga-i-kitayskih-potrebiteley-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения 21.03.2024).
2. Черентаева, С. В. Особенности китайского маркетинга и китайских потребителей в современных условиях / С. В. Черентаева. – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2024. – № 7 (506). – С. 59-61. – URL: <https://moluch.ru/archive/506/111312/> (дата обращения 21.03.2024).
3. Минимальная и средняя зарплата в Китае. – Текст: электронный. – URL: <https://take-profit.org/statistics/wages/china/> (дата обращения 21.03.2024).
4. Каримова, С.А. Оценка маркетинговых стратегий / С.А. Каримова // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 12 (149). – С. 737-743.



Мироевская Ю. Е., студент  
Научный руководитель: Никонова Я. И., канд. экон. наук, доцент  
Сибирский государственный университет путей сообщения, РФ  
miroyevskaya.yulya@mail.ru

## ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ЦИФРОВОЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

**Актуальность.** С развитием сети Интернет появилось больше возможностей для продвижения товаров и услуг. Люди с помощью компьютеров и смартфонов знакомятся с брендами и совершают покупки, а это значит, что обычных рекламных баннеров недостаточно для привлечения аудитории. В целях вовлечения аудитории в коммуникацию с брендом был разработан маркетинговый инструмент – геймификация.

**Цель исследования.** Выявить воздействие геймификации, как рекламы, на потребителя. Исследовать мировой рынок геймификации. Привести реальные примеры использования геймификации, как современного цифрового инструмента маркетинга, и проанализировать их влияние на продажу товаров.

**Результаты исследования.** В наше время рынок товаров и услуг постоянно развивается и модифицируется, возрастает конкуренция, появляются новые способы продвижения продукта, которые способствуют завоеванию лояльных клиентов.

Геймификация – это использование игровых элементов и механик в любом неигровом контексте. Геймификация в маркетинге – это применение элементов игр для продвижения компании, её продуктов и услуг. Геймификация помогает увеличивать продажи, удерживать клиентов, повышать лояльность сотрудников и учиться с максимальной вовлеченностью. Обычно используют квизы, квесты, соревнования, лотереи и розыгрыши [1].

Как видно из определения, геймификация включает в себя различные элементы игр. Это могут быть, например, достижения, очки, уровни, рейтинги и т.д. Инструменты геймификации обычно применяются в различных областях: торговля, образование, медицина, сбор данных и т. д. [8].

Многие оспаривают эффективность геймификации из-за того, что данный метод не одинаково полезна для всех бизнесов. «Серьёзные» компаний для «серьёзных» потребителей в полной мере не понимают, зачем вовлекать клиентов в игровой процесс, ведь стандартного подхода к рекламе, может быть, вполне достаточно. Вот только, если данный подход уже укрепился на рынке и приносит прибыль, то вряд ли исчезнет.

Как показывает опыт зарубежных компаний, геймификация является надёжным способом привлечения внимания, а также удержания клиентов, что является важнейшими аспектами, учитываемыми при формировании программы продвижения. Связано это с тем, что компьютеры, смартфоны, а также игры - являются неотъемлемой частью жизни общества и способом провести досуг.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Согласно исследованиям, игровые механики в бизнесе работают, а объем мирового рынка геймификации растет. В 2014 году он составил \$1,4 млрд, в 2016 году - \$3,8 млрд, 2018 году – \$5,5 млрд, в 2020 году – \$9,1 млрд, в 2022 году – \$22,9 млрд. Ожидается, что к 2024 году он достигнет \$29,7 млрд, а к 2026 году – \$38 млрд. По прогнозам темп роста глобального рынка геймификации в этот период составит от 25,1% до 41,8%.

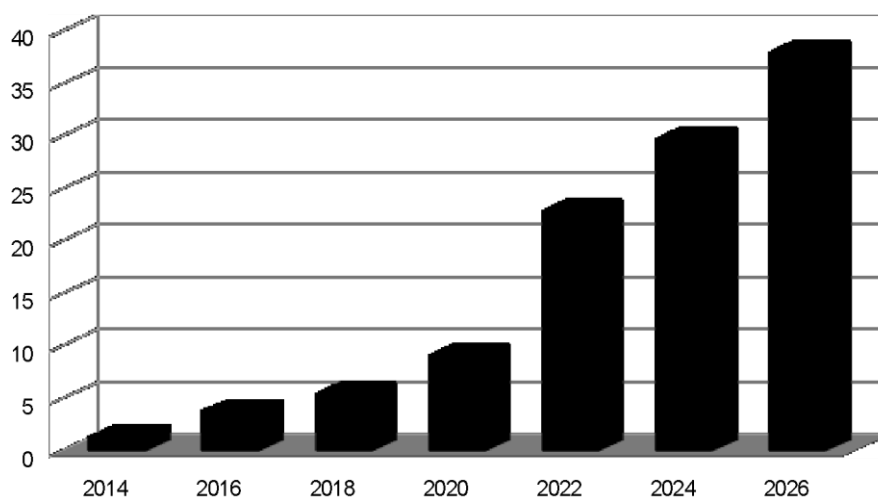


Рис. 1. Объем мирового рынка геймификации 2014 -2026 гг., млрд \$  
(составлено автором по [9])

Не стоит забывать, что информация, переданная в игровой форме, воспринимается легче, чем какая-либо другая форма передачи информации. В связи с этим можно наблюдать возросшую популярность обучающих курсов, не только для детей, но и для взрослых, в которых присутствует геймификация. Например, курсы обучения иностранным языкам стали увлекательнее благодаря множеству приложений, позволяющих превратить процесс обучения в увлекательное занятие [1].

Для того чтобы созданная игра или игровой процесс принесли желаемый результат необходимо грамотно подобрать и выстроить программу развития. Для начала необходимо определить какие цели стоят перед проектом: привлечь внимание, рассказать о продукте, повысить лояльность или удержать клиента. Также необходимо рассмотреть возможные модели поведения потребителя и разработать стратегию [8].

Согласно К. Вербаху и Д. Хантеру существует три вида использования геймификации в маркетинге:

*Внутренняя геймификация.* Применяется для повышения показателей компании и повышения работоспособностей сотрудников, а также для повышения командного духа работников и концентрирования их на общей цели - усовершенствование организации.

Характеризуется двумя чертами:

1. Все участники являются частью компании и взаимодействуют друг с другом. Они имеют общее связующее звено в виде повышения прибыли компании, корпоративных правил.

2. От игры не зависит заработная плата сотрудников и не меняется рабочий процесс.

*Внешняя геймификация.* Направлена на постоянных потребителей и привлечение новых клиентов. Применяется для повышения лояльности и узнаваемости, помогает решить маркетинговые задачи и способствует увеличению прибыли компании.

*Геймификация, меняющая поведение.* Используется для формирования новых привычек у общества. Например, приобщает к здоровому питанию или обучению. Часто используется органами власти [2].

К примеру, в России есть государственная программа «Активное долголетие», которая помогает людям пенсионного возраста вести здоровый образ жизни или в

игровой форме осваивать компьютер. Таким образом многие люди преклонного возраста смогли попробовать что-то новое [4].

В коммерции такой вид геймификации, меняющей поведение, тоже активно используется. В ноябре 2022 года организаторы музыкальной группы «Эпидемия» запустили продажу билетов на концерт. Они зашифровали слово, связанное с творчеством группы, те люди, которые угадывали загаданное слово, получали большую скидку на покупку билетов. В итоге участники, которые изначально не планировали посещать мероприятие, получили скидку и, в связи с этим, приобрели билеты по сниженной стоимости.

Маркеева А. В. в своей работе «Геймификация в бизнесе: проблемы использования и перспективы развития» представила более точное применение геймификации в маркетинге:

геймификационные проекты как часть общей стратегии продвижения продукции;  
геймификация как элемент программ по созданию/тестированию/ модификации товаров и услуг;  
геймификация как метод формирования «нового» типа поведения потребителя;  
геймификация как инструмент программ лояльности потребителей.  
Также геймификация помогает решить многие задачи в маркетинге:  
инструмент рекрутинга;  
инструмент мотивации персонала;  
метод, повышающий эффективность обучения сотрудников на рабочих местах;  
инструмент командообразования и развития корпоративной культуры;  
инструмент вовлечения персонала в работу организации [3].

Использование геймификации способствует не только привлечению клиентов, но и оказывает положительное влияние на результаты коммерческой деятельности за счёт увеличения производительности, вовлеченности и удержания сотрудников.

Как геймификация применяется на практике? Один из удачных примеров – игра «Плюс Сити» от Яндекса. Полноценная игра, где пользователи строят свой город и выполняют разные задания в мини-играх. Полученные бонусы в игре можно использовать в сервисах компании, где работает программа Яндекс Плюс [5].

Книжный магазин «Читай-город» разработал бонусную систему для клиентов. Система представляет из себя уровни достижений, которые зависят от общей суммы покупок. Чем больше сумма покупок – тем больше постоянная скидка [6].

**Выводы.** Используя геймификацию в маркетинге, не стоит забывать, что конечная задача маркетинга – развитие бизнеса, поэтому, прежде чем приступать к формированию игрового дизайна, стоит определить конкретные KPI, по которым будет измеряться эффективность данной маркетинговой активности. Именно сочетание свободы творческой мысли, воплощенной в игровом дизайне, и ясной аргументированной логики в виде расчетов показателей эффективности поможет максимально заинтересовать людей и добиться при этом поставленных бизнес-задач (повышению вовлеченности аудитории, ее лояльности и, как следствие, прибыли компаний).

#### Список литературы:

1. Брагина, Е. Е. Геймификация как способ продвижения продукта. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-sposob-prodvizheniya?produktsii/viewer> (дата обращения: 17.04.2023).
2. Вербак, К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса / К. Вербак Д. Хантер. – Текст: электронный. – URL: <https://kniga-online.com/books/knigi->

o?biznese/upravlenie-podbor-personala/page-2-16158-kevin-verbah-vovlekai-i-vlastvui-igrovoe?myshlenie-na.html (дата обращения: 17.02.2024).

3. Маркеева, А. В. Геймификация в бизнесе: проблемы использования и перспективы развития / А.В. Маркеева. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-biznese-problemy-ispolzovaniya-i-perspetivy?razvtiya/viewer> (дата обращения: 17.02.2024).

4. Проект «Активное долголетие». – Текст: электронный. – URL: <https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=328bcbaa-0967-4908-b717-930e1b78f9e0> (дата обращения: 19.02.2024).

5. Плюс Сити: [сайт]. – URL: <https://plus-city.ru/> (дата обращения: 20.02.2024).

6. Читай-город. – Текст: электронный. – URL: <https://www.chitai-gorod.ru/bonus?program> (дата обращения: 20.02.2024).

7. Ю-Кай Чоу Геймифицируй это. Как стимулировать клиентов к покупке, а сотрудников к работе. – Текст: электронный. – URL: <https://knigid.ru/31722-yu-kay-chou?geymificiruy-eto/read-2.html> (дата обращения: 20.02.2024).

8. Давыдова, А. В. Выявление количественных показателей влияния геймификации в конверсионном маркетинге / А. В. Давыдова, В. Л. Леонтьева, С. Г. Ломджария // Неделя науки СПбПУ: Материалы научной конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 13–19 ноября 2017 года. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2018. – С. 222-224.

9. 54 Gamification Statistics You Must Know: 2024 Market Share Analysis & Data. – URL: <https://financesonline.com/gamification-statistics> (дата обращения: 20.02.2024).

Мишинева К. А., студент

Научный руководитель: Новикова А. К.

ФГБОУ ВО «Донецкая академия управления и государственной службы», РФ

[kristinamishineva08@gmail.com](mailto:kristinamishineva08@gmail.com)

## РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ

**Актуальность.** Актуальность темы обусловлена тем, что на интенсивно развивающемся рынке возникает все больше предприятий со своим уникальным предложением. Главной задачей в таком случае будет не только дать о себе знать потребителю, но и сделать свой товар доступным и вызвать желание его купить. С этим в свою очередь маркетологу поможет комплекс «4Р», который направлен непосредственно на то, чтобы выделить имеющийся товар среди конкурентов, а также вызвать лояльность у потребителей.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросу разработки и внедрения комплекса маркетинга на предприятии посвящено довольно большое количество работ и научных трудов. Одними из последних авторов, кто посвятил свои работы данной теме являются Власов В. Б., Захарова Ю. Н., Савчук Г. А., Решетько Н. И., и др.

**Цель исследования.** Изучить основные составляющие маркетингового комплекса «4Р», подробно рассмотреть их инструменты и преимущества, которые они дают компаниям при их использовании.

**Результат исследования.** В последнее время большинство компаний меняют маркетинговый курс с товара на потребителя. Таким образом все действия, которые составляют маркетинговую стратегию компании направлены на то, чтобы произвести максимально благоприятное впечатление на потребителя и перевести его из категории потенциальных в реальные потребители.

Для решения данного вопроса Джеромом Маккарти в начале 60-х годов был предложен маркетинговый комплекс, его составляющими компонентами были товар, цена, место и продвижение. Данная концепция носит название «4P», каждое из которых состоит из ряда действий [1].

Для того чтобы выявить очевидные преимущества данной концепции, необходимо подробно ознакомиться с каждым из её элементов.

**Продукт (Product).** Основной задачей бизнеса является создать уникальное торговое предложение в качестве которого будет выступать товар или услуга с уникальным набором характеристик выделяющих его среди конкурентов, что в последствии приведёт к тому что рынок отдаст товару свое предпочтение и возможно будет готов заплатить за него большую цену. Для специалиста по маркетингу при создании таких отличительных особенностей товара важно опираться на такие характеристики как: физиологические различия, доступность, уровень сервисного обслуживания, ценовая политика, имидж. Однако стоит учитывать, что при создании успешного товарного проекта на рынке могут появляться более дешёвые аналоги или даже копии, в таком случае необходимо будет предпринять ответные действия, например, снизить цену, либо наиболее выгодный вариант, найти пути дифференциации товара с сохранением прежней цены.

**Цена (Price).** Главное отличие этого элемента маркетингового комплекса в том, что он ведет к доходам, а не расходам. При формулировании цены необходимо опираться на следующие показатели:

цены конкурентов на аналогичные товары (так как важно сохранять конкурентное преимущество);

состояние спроса (чаще всего в данном случае к обычной цене добавляют сумму издержек производителя – это базовая система ценообразования);

на ценность товара (здесь цены формируются по следующему принципу: устанавливается максимальная цена, которую может заплатить покупатель, а затем она немного занижается, для того чтобы покупатель с наибольшей вероятностью смог заплатить за товар или услугу. Также в данном случае могут создаваться различные варианты предложений, чтобы дать покупателю возможность выбора).

**Распределение (Place).** Данный элемент маркетингового комплекса является также немаловажным по причине того, что отвечает за доступность товара для потребителя именно территориально. Другими словами, чем ближе будет находиться товар к потребителю, тем выше вероятность того, что он его приобретет. Для того чтобы обеспечить быструю встречу товара с покупателем используются различные каналы доставки, либо же осуществляются продажи через посредников.

**Продвижение (Promotion).** Одним из ключевых средств маркетинга, которое занимается рекламой, стимулированием сбыта, связями с общественностью и прямым маркетингом. Реклама является самым действенным и распространенным сейчас инструментом, целью которого является сообщить потребителю о компании, товаре, услуге или идее. Наибольшую эффективность может принести компания с узкой направленностью, а целая рекламная компания в случае успеха может создать имидж и выработать предпочтения потребителя к конкретному товару. В случае если реклама влияет на сознание потребителя, то стимулирование сбыта влияет на поведение, так, например, когда начинаются распродажи, подарочные акции, розыгрыши – это

воспринимается как толчок к действию. Что касается Public Relations, то здесь главной целью является гармонизация фирменных или корпоративных интересов с общественными. Призван решать все вопросы, касающиеся общественного мнения [2].



Рис. 1. Структура комплекса маркетинга

На выбор инструмента комплекса маркетинга влияют выбранные стратегии маркетинга, этапы жизненного цикла продукта и традиции в отрасли.

Основными сложностями при разработке комплекса маркетинга является его оптимизация, т. е. комбинирование маркетинговых инструментов так, чтобы получить наиболее оптимальный в соответствии с целями компаний маркетинг-микс. Решение проблем, связанных с оптимизацией, связываются следующими причинами: большое количество возможных комбинаций инструментов маркетинга, каждая из которых даст различные результаты в разных условиях среды; взаимосвязь между отдельными инструментами комплекса маркетинга может быть как взаимозаменяемая, так и комплементарная. В первом случае один инструмент может полностью или частично заменить другой, во втором случае действие инструмента взаимодополняемо; перенос действия мероприятий [3].

Разработка комплекса маркетинга подразумевает использование двух его видов: адаптированный и стандартизированный. Адаптированный комплекс маркетинга подразумевает под собой адаптацию инструментов комплекса маркетинга к каждому целевому рынку. Используется в основном в международном маркетинге. Для него характерны высокие издержки, которые в перспективе должны быть компенсированы получением большей доли рынка и прибыли.

Отличительной особенностью стандартизированного комплекса маркетинга является использование одних и тех же элементов комплекса маркетинга на всех рынках предприятия. По сравнению с адаптированным характеризуется более низкими издержками, так как здесь значимую роль играет фактор экономии от масштабов.

Также важно учитывать, что для составления наиболее эффективного маркетинг-микса нелишним будет рассматривать «4Р» с точки зрения «4С» покупателя: нужды и потребности покупателя, затраты покупателя, удобство и обмен информацией [4].

**Выводы.** Рост экономики страны и как следствие появление новых игроков на рынке приводит предприятие к тому, что нужно усиливать свои конкурентные позиции, в данном случае предприятия все чаще обращаются к инструментам маркетинга. Одним из наиболее распространенных комплексов, которые помогут не только усилить конкурентные преимущества предприятия, но и сформировать бренд, создать уникальный товар и вызвать лояльность покупателей является маркетинговый комплекс «4Р». Его преимуществом является то, что у предприятия есть возможность оптимизировать его элементы под свои нужды. Также применять его можно не только на внутреннем рынке, но и на международном. Наиболее преуспеют те предприятия, которые смогут удовлетворить потребности покупателя при наименьших издержках, с высоким уровнем доступности и дополнительно основываясь на «4С» покупателя.

#### Список литературы:

1. Власов, В.Б. Основы маркетинга: учебное пособие / В.Б. Власов, С.Ю. Нерозина; под общ. ред. В.Б. Власова; ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет». – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2021. – 70 с.
2. Захарова, Ю. Н. Основы маркетинга: теория и практические задания: учебное пособие / Ю. Н. Захарова; ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет институт экономики и бизнеса». – Ульяновск, 2014. – 176 с.
3. Савчук, Г. А. Управление маркетингом на предприятии: учеб. пособие / Г. А. Савчук, Ю. В. Мокерова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 112 с.
4. Решетько, Н. И. Место и роль маркетинга в деятельности предприятия / Н. И. Решетько, Р. В. Каптюхин, Д. Ч. Алдатова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2014. – № 6.2 (65.2). – С. 44-47. – URL: <https://moluch.ru/archive/65/10837/> (дата обращения: 19.03.2024).

Мысник М. С., студент

Научный руководитель: Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*marinamysnik71@mail.ru*

## МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ КЛИЕНТОВ

**Актуальность.** В современном обществе все больше ценят различные впечатления, получаемые от приобретаемых товаров. Благодаря современным технологиям эта сфера активно развивается и распространяется среди населения. Маркетинг впечатлений основывается на создании эмоций от процесса покупки, чувствительности к интересам, потребностям, переживаниям потребителя. Определяющим фактором, который влияет на впечатление, является креативность хозяйствующих субъектов, которая находит отражение в потребительских психологических установках относительно приобретения того или иного продукта либо услуги.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Существует ряд научных исследований, касающихся маркетинга впечатлений, его проблем и особенностей, представляющих большую ценность. Это научные труды таких авторов, как Алексеева

М.О., Долгова И.В., Литвинова О.И., Новичкова И.А., Платов А.В., Прохоров А.В., Роджерс Д., Хореева Н.А., Шмитт Б. и др.

**Цель исследования:** изучить механизм работы рынка удовольствий и определить его особенности.

**Результаты исследования.** Маркетинг впечатлений – это стратегия, направленная на создание положительных эмоций и впечатлений у потребителей через уникальные и запоминающиеся события и впечатления.

Дофамин – это нейромедиатор и гормон, который вырабатывается в организме человека при достижении определенной цели. В 2001 году Стэнфордский ученый Брайан Кнутсон доказал, что дофамин отвечает именно за предвкушение удовольствия. Принято считать, что гормон влияет на мотивацию, поскольку, чтобы испытывать удовлетворение снова и снова, человек стремится повторять свои действия [1].

«Зависимость» человека от этого удовольствия идет на руку маркетологам. Бывший сотрудник Facebook, а ныне венчурный капиталист и миллиардер Чамат Палихапития в 2018 году на встрече со студентами Стэнфордского университета признался, что чувствует себя виноватым за свое участие в разработке алгоритмов соцсети. Он назвал эти алгоритмы «дофаминовыми петлями быстрой обратной связи», которые, по его мнению, уже разрушают здоровые механизмы функционирования общества [1].

Стефано Каликкио в своей книге «Дофаминовая экономика: Как нейромедиатор удовольствия влияет на наши решения и поведение в повседневной жизни» относит к «дофаномике» любые экономические процессы, совершенные под влиянием дофамина: «В эту область включены выбор и действия людей в экономических контекстах — от потребления товаров и услуг до решения об инвестициях и сбережениях, на которые повлияла система вознаграждения мозга» [1].

Рынок активно применяет методы стимуляции выработки дофамина, чтобы манипулировать вниманием потребителей. Когда этот гормон вырабатывается, человек становится более восприимчивым к ожиданию удовольствия.

В рамках современных концепций маркетинга впечатления рассматриваются как следствия успешного продвижения товара или услуги, стимулирующие рост продаж. Потребителю все чаще важнее не то, что он получает, а «как он это получает – какие эмоции и чувства испытывает в процессе потребления услуги или товара» [2].

Маркетинг впечатлений следует рассматривать как синтетический тип маркетинга, который объединяет событийный маркетинг, маркетинг взаимоотношений, шоумаркетинг и т. д.

Маркетинг впечатлений используется для [3]:

- построения отношений;
- повышения осведомленности;
- повышения лояльности;
- определения актуальности;
- формирования воспоминаний;
- стимулирования позитивного «сарафанного радио»;
- изменения сознания недовольных клиентов;
- расширения целевой аудитории и т. д.

На основании вышеизложенного определим основные особенности маркетинга впечатлений:

1. Фокус на эмоциональном опыте: маркетинг впечатлений стремится создать эмоциональную связь между потребителем и брендом, чтобы вызвать положительные эмоции и впечатления.



2. Персонализация и индивидуализация: компании, применяющие маркетинг впечатлений, стремятся создать уникальный и персонализированный опыт для каждого потребителя.

3. Использование визуальных и зрительных стимулов: создание ярких и запоминающихся визуальных образов и событий, которые вызывают положительные эмоции у потребителей.

Под маркетингом впечатлений понимают особый механизм установления эмоциональной связи между продуктом и потребителем в рамках мероприятия или события, созданного производителем. Он как бы погружает потребителя в мир продукта. Мероприятия могут быть совершенно разными, как большими тематическими, так и камерными поп-ап активациями. В процессе могут быть задействованы все органы чувств, что позволяет образовать контакт на более глубоком эмоциональном уровне и увеличить лояльность потребителя к бренду [5, с. 55].

Человек уверен в своем решении еще до приобретения товара, так как он заранее убеждается в ценности потребительских свойств товара. Он начинает думать, что самостоятельно принял решение о покупке, у него повышается самооценка, чувствуется индивидуальность. Следовательно, понимание психологии потребителя, его вовлечение, подчеркивание значимости является главной задачей маркетинга впечатлений. В этой отрасли маркетинга идет явное переплетение с психологией. Специалистам нужно четко понимать какое воздействие на потребителя окажут определенные лозунги, выбранные для рекламы цвета, ассоциации, лицо бренда и т.д.

Чтобы получить наибольшую прибыль с помощью удовольствий и впечатлений, компаниям следует следовать нескольким основным действиям:

1. Разработка уникальных и оригинальных концепций и событий, которые будут вызывать положительные эмоции у потребителей и отличаться от конкурентов.

2. Проведение маркетинговых исследований и анализа предпочтений потребителей, чтобы точно определить, какие впечатления будут наиболее привлекательными для целевой аудитории.

3. Усиление взаимодействия с потребителями через социальные сети, брендинг и участие в различных событиях, чтобы создать у клиента чувство доверия и лояльности к бренду.

Парки аттракционов - хороший пример использования маркетинга впечатлений. Они предлагают разнообразные аттракционы и развлечения, которые призваны вызывать сильные эмоции и впечатления у посетителей. Парки аттракционов играют на удовольствии потребителей, предлагая им уникальные и запоминающиеся впечатления, которые расширяют границы обыденной рутины и делают время проведенное там незабываемым.

Близкое по эффекту в современных реалиях является виртуальная реальность. Также показательный пример рынка удовольствий, который, к тому же, очень успешен и продолжает развиваться по всему миру. Лидером отрасли виртуальная реальность считается Китай. Однако дальше всех в вопросе внедрения VR в образовательный процесс ушла Япония. На днях появилась информация, что в стране Восходящего солнца официально открывается первая виртуальная школа, в которой все занятия будут проходить в метавселенной [4].

Маркетинг впечатлений является эффективным инструментом для привлечения и удержания клиентов, а также повышения прибыли компании. Создание уникальных и положительных впечатлений у потребителей помогает укрепить связи с ними и создать лояльность к бренду. Парки аттракционов представляют собой яркий пример успешного применения маркетинга впечатлений, благодаря качественным и запоминающимся впечатлениям, которые они предлагают посетителям.

**Выводы.** Все самые яркие эмоции связаны с впечатлениями. Их ценность часто превышает стоимость обычного товара. Компании должны сосредоточиться на создании уникальных событий и персонализированном опыте для каждого клиента, чтобы вызвать у них положительные эмоции. Вызовите эмоции, создайте оригинальный образ, который надолго закрепится в сознании потребителя. Это повысит эффективность продаж и увеличит прибыль.

#### **Список литературы:**

1. Как маркетологи продают удовольствие. – Текст: электронный. – URL: <https://club.forbes.ru/practicum/dofanomika-kak-marketologi-prodajut-udovolstvie-i-rochemu-eto-ne-prinosit-schastyu> (дата обращения: 03.04.2024).
2. Прохоров, А.В. Сущность концепции маркетинга впечатлений в сфере товаров и услуг / А.В. Прохоров // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. Тамбов, 2018. – 6 с.
3. Семилетова, Я.И. Инновации в маркетинговых коммуникациях – маркетинг впечатлений / Я.И. Семилетова // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2016. – № 42. – С. 176-179.
4. В Японии открывают первую школу в виртуальной реальности. – Текст: электронный. – URL: <https://dzen.ru/a/Zapr1nNtaiuLlhd1> (дата обращения: 01.04.2024).
5. Шмитт, Б. Эмпирический маркетинг: как заставить клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией / Пер. с англ. К. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 400 с.

Набиев И. Б., студент  
*Научный руководитель:* Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*elena.kotolup.59@mail.ru*

### **МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВИДЕОИГР**

**Актуальность** исследования маркетинга в сфере видеоигр обусловлена их растущим влиянием на мировую культуру, развлечения и экономику. С развитием технологий и расширением аудитории игроков возникает необходимость в постоянном совершенствовании стратегий маркетинга для привлечения внимания, удержания интереса и монетизации игровых продуктов. Понимание успешных кейсов маркетинга в данной сфере позволяет выявить ключевые тренды, инновации и стратегии, способствующие росту и конкурентоспособности разработчиков и издателей видеоигр.

**Анализ последних исследований и публикаций** в области маркетинга видеоигр выявляет ряд ключевых тем, привлекающих внимание исследователей. Одним из таких исследований является работа "The Impact of Live-Streaming on Video Game Sales: Evidence from Twitch.tv" (Влияние прямых трансляций на продажи видеоигр: данные с Twitch.tv), авторами которой являются Michael D. Smith и Rahul Telang. Это исследование позволяет оценить влияние стриминговых платформ, таких как Twitch.tv, на продажи видеоигр и принятие решений потребителями. Другим значимым исследованием является работа "The Role of Social Media in Video Game Marketing" (Роль социальных медиа в маркетинге видеоигр), написанная исследователями из Университета Стэнфорда, Алисы Маркетти и Брайана Винзенцо. Это исследование анализирует эффективность использования социальных медиа для рекламы и

продвижения видеоигр. Также стоит отметить исследование "In-Game Advertising and Consumer Behavior: The Case of Free-to-Play Games" (Внутриигровая реклама и поведение потребителей: случай free-to-play игр), авторами которого являются Джонатан Ли и Лоренцо Масако из Чикагского университета. Это исследование исследует влияние внутриигровой рекламы на поведение и решения игроков в контексте игр с моделью бесплатного доступа.

**Цель исследования** – проанализировать успешные маркетинговые кейсы в индустрии видеоигр для выявления ключевых факторов успеха и разработки рекомендаций для эффективного продвижения игровых продуктов.

Результаты исследования. Современная цифровая эпоха открывает перед индустрией видеоигр широкие возможности и вызовы. Видеоигры становятся неотъемлемой частью культуры и развлечений, привлекая миллионы игроков по всему миру. Однако, в условиях насыщенного рынка возникает необходимость в эффективном маркетинге, способном выделить игровой продукт среди множества конкурентов и привлечь внимание целевой аудитории. Маркетинг в сфере видеоигр представляет собой сложную и динамичную область, где требуется не только креативный подход, но и глубокое понимание потребностей игроков и особенностей индустрии.

Рассмотрим маркетинговые стратегии и подходы, использованные в играх "Fortnite", "Among Us" и "Cyberpunk 2077", с целью анализа их влияния на привлечение и удержание аудитории, а также исследования ключевых факторов успешного маркетинга в индустрии видеоигр. Эти кейсы позволят нам выявить тенденции и инновации в маркетинге, которые могут быть применены в нашей дальнейшей работе для разработки эффективных стратегий продвижения игровых продуктов.

Маркетинговая стратегия "Fortnite" от Epic Games была основана на нескольких ключевых элементах, которые вместе обеспечили высокий уровень популярности и прибыльности проекта. Во-первых, игра была предложена бесплатно, что позволило широкому кругу пользователей беспрепятственно ознакомиться с ней и создать огромное сообщество игроков. Вместе с тем, Epic Games успешно монетизировала игру через микротранзакции, предлагая игрокам различные косметические предметы и скины, которые позволяли им персонализировать свой игровой опыт. Дополнительно, для привлечения и удержания внимания аудитории, Epic Games организовывала регулярные масштабные события внутри игры. Эти события, такие как виртуальные концерты знаменитых музыкантов или кроссоверы с популярными франшизами, создавали большой интерес у игроков и привлекали новых участников в игровой мир "Fortnite". Такие мероприятия не только укрепляли связь игроков с игрой, но и привлекали внимание широкой общественности за пределами игровой индустрии, что дополнительно способствовало популяризации "Fortnite" и увеличению его пользовательской базы.

Маркетинговая стратегия "Among Us" от InnerSloth была основана на эффективном взаимодействии с сообществом игроков и использовании вирусного маркетинга. Одним из ключевых факторов успеха стало активное взаимодействие разработчиков с игровым сообществом, прослушивание обратной связи и реагирование на запросы игроков. InnerSloth регулярно выпускала обновления, добавляя новые функции и учитывая пожелания игроков, что способствовало удержанию аудитории и привлечению новых пользователей. Однако, одним из ключевых моментов в успехе "Among Us" стало вирусное распространение игры через социальные сети и стриминговые платформы. Благодаря своей уникальной игровой механике, "Among Us" стал невероятно популярным объектом для стримов и обсуждений в интернете, что привело к массовому привлечению новых игроков и взрывному росту популярности

игры. Этот органический подход к маркетингу позволил "Among Us" стать одним из самых успешных проектов в 2020 году, несмотря на его относительно скромные маркетинговые бюджеты.

Маркетинговая кампания игры "Cyberpunk 2077" от CD Projekt Red была одной из самых ожидаемых и обсуждаемых в индустрии видеоигр. Компания провела масштабную рекламную кампанию, которая включала в себя несколько важных моментов. CD Projekt Red регулярно публиковала трейлеры и геймплейные презентации игры, демонстрируя её уникальные особенности, графику высокого качества и атмосферу киберпанка. Эти видеоматериалы были широко распространены через различные медиа-платформы, такие как YouTube и Twitch, привлекая внимание миллионов игроков по всему миру. Команда разработчиков активно участвовала на крупных игровых мероприятиях, таких как E3 и Gamescom, где представляла новости о развитии игры, общалась с фанатами и привлекала внимание медиа.

CD Projekt Red поддерживала активное взаимодействие с игровым сообществом через социальные медиа, проводя регулярные обновления в блогах и анонсируя новости о разработке игры. Это помогло поддерживать интерес к игре и держать сообщество в курсе событий. Компания также проводила кросс-промоушен с другими популярными франшизами, такими как "The Witcher", что помогло привлечь внимание не только киберпанк-фанатов, но и широкой аудитории игроков.

Эффективная маркетинговая кампания "Cyberpunk 2077" сделала игру одним из самых ожидаемых и продаваемых проектов, несмотря на некоторые трудности, с которыми столкнулась игра во время релиза.

Последние тенденции в маркетинге видеоигр отражают ряд изменений в потребительском поведении, технологических инновациях и стратегиях продвижения. Одним из основных направлений развития стало углубление взаимодействия с аудиторией через персонализированные и вовлекающие маркетинговые кампании. Компании стараются создавать уникальные и интерактивные контенты, которые позволяют игрокам чувствовать себя частью игрового мира ещё до релиза игры. Одним из важных трендов стало использование социальных медиа в качестве ключевого инструмента продвижения. Компании активно взаимодействуют с аудиторией через популярные платформы, такие как Instagram, Twitter, YouTube и TikTok, публикуя эксклюзивные трейлеры, геймплейные обзоры, анонсы и конкурсы. Это позволяет им создавать и поддерживать сообщество фанатов, повышать узнаваемость бренда и добиваться органического распространения контента.

Другим важным аспектом современного маркетинга в игровой индустрии стало уделять большее внимание виртуальной и дополненной реальности. Компании создают интерактивные виртуальные миры, кампании и события, которые позволяют игрокам более глубоко погрузиться в игровой опыт и участвовать в нем не только внутри игры, но и за её пределами. Важной тенденцией стало также усиление внимания к вопросам диверсификации и включения в игровую культуру широкого круга аудитории. Компании стараются создавать игры, которые отражают разнообразие культурных и социальных идентичностей, а также активно привлекать женщин и представителей различных этнических групп в качестве разработчиков, персонала и членов сообщества. Таким образом, последние тенденции в маркетинге видеоигр отображают стремление к более глубокому и вовлекающему взаимодействию с аудиторией, активному использованию новых технологий и укреплению диверсификации в игровой культуре.

**Выводы.** Современный маркетинг видеоигр все больше ориентируется на создание персонализированных и вовлекающих контентов, активное использование социальных медиа для взаимодействия с аудиторией, а также уделяет внимание

виртуальной и дополненной реальности для более глубокого погружения игроков в игровой мир.

#### Список литературы:

1. Беляев, П.М. Роль арт-директора в маркетинговой стратегии видеоигр / П.М. Беляев // Журнал «Игровые технологии». – Москва: Издательство «Геймлэнд», 2019. – С. 20-35.
2. Волков, Г.Д. Анализ влияния иностранных кейсов маркетинга на российскую индустрию видеоигр / Г.Д. Волков // Журнал «Развлекательные технологии». – Санкт-Петербург: Издательство «ИгроМания», 2020. – С. 45-60.
3. Григорьев Ф.П. Использование инфлюенсер-маркетинга в продвижении видеоигр / Ф.П. Григорьев // Журнал «Коммуникационные технологии». – Москва: Издательство «ИгроФорум», 2019. – С. 110-125.
4. Морозов, Д.С. Рекламные кампании и влияние бюджета на успех видеоигровых проектов / Д.С. Морозов // Журнал «Маркетинг и игры». – Санкт-Петербург: Издательство «Игровой мир», 2017. – С. 55-70.
5. Щербаков, К.А. Стратегии привлечения женской аудитории в маркетинге видеоигр / К.А. Щербаков // Журнал «Интерактивное развлечение». – Москва: Издательство «Геймлаб», 2018. – С. 80-95.

Некрасова А. С., студент  
Научный руководитель: Дудник В. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
anastasianekrasova9@gmail.com

### РОЛЬ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ПРОДУКТА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА В МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЯХ

**Актуальность.** Позиционирование продукта и бренда – это две важные маркетинговые стратегии, которые компании используют, чтобы выделиться на рынке. Несмотря на то, что они звучат похоже, они имеют явные различия и служат разным целям. Позиционирование продукта фокусируется на том, как конкретный продукт воспринимается потребителями по сравнению с конкурентами, подчеркивая его уникальные особенности и преимущества. Позиционирование бренда заключается в создании уникального и благоприятного положения для бренда в целом в сознании потребителей, подчеркивании его ценностей, индивидуальности и общей репутации. Обе стратегии имеют решающее значение для бизнеса при поиске направлений эффективного ориентирования на желаемых сегментах рынка и создания сильных конкурентных преимуществ.

**Целью исследования** является определения различий между позиционированием продукта и позиционированием бренда предприятия, а также их роли в маркетинговой стратегии предприятия.

**Результаты исследования.** В маркетинге существует два ключевых понятия, которые играют решающую роль в определении успеха продукта или бренда – их позиционирование. Хотя эти термины звучат похоже, они имеют разные значения и подтексты. Понимание важности позиционирования продукта в маркетинговых стратегиях важно для компаний, стремящихся получить конкурентное преимущество на рынке.

Позиционирование продукта направлено на восприятие продукта потребителями по сравнению с конкурентами. Оно включает в себя создание уникального и привлекательного образа продукта в сознании потребителей. При этом имидж формируется под влиянием различных факторов, включая характеристики продукта, преимущества, цену и целевой рынок. Эффективное позиционирование продукта помогает компаниям отличать свои предложения от предложений конкурентов и сообщать потребителям о ценности, которую они предоставляют.

Роль позиционирования продукта в маркетинговых стратегиях заключается в том, что оно помогает компаниям ориентироваться на определенные сегменты рынка. Понимая потребности, предпочтения и поведение своей целевой аудитории, компании могут адаптировать позиционирование своего продукта таким образом, чтобы оно было привлекательным для этих потребителей. Это позволяет им сосредоточить свои маркетинговые усилия и ресурсы на наиболее перспективных сегментах рынка, повышая их шансы на успех.

Более того, позиционирование продукта помогает компаниям создавать уникальное торговое предложение (УТП) для своих продуктов. УТП – это отличительная черта или преимущество, которое отличает продукт от конкурентов. То, что заставляет потребителей выбирать один продукт вместо другого. Определяя и подчеркивая преимущества своего продукта, предприятия могут эффективно сообщать потребителям о ценности, которую они предлагают, и выделяться на фоне конкурентов.

Еще одна причина, по которой позиционирование продукта важно, заключается в том, что оно помогает компаниям повысить лояльность к бренду. Когда потребители воспринимают продукт как уникальный и ценный, у них больше шансов развить сильную привязанность к бренду, стоящему за ним. Это может привести к повторным покупкам, положительным рекомендациям из уст в уста и, в конечном итоге, к лояльности к бренду. Последовательно выполняя обещания, данные с помощью позиционирования продукта, предприятия могут создать базу лояльных клиентов, которые будут поддерживать их бренд в долгосрочной перспективе.

Преимущества эффективного позиционирования продукта включают:

1. Отличительность. Успешное позиционирование выделяет продукты на переполненных рынках. Это влияет на восприятие продукта потребителями по сравнению с конкурентами, несмотря на практическое сходство.

2. Соответствие рыночной нише. Позиционирование может быть направлено на отдельный сегмент более широкого рынка. Это позволяет более эффективно ориентироваться на потребности или предпочтения определенной категории покупателей.

3. Маркетинговая сплоченность. Построение стратегии позиционирования продукта способствует лучшему пониманию потребностей целевой аудитории. Это делает стратегию маркетинга продукта более целенаправленной, связанной и эффективной.

Однако важно отметить, что позиционирование продукта – это лишь одна из частей маркетинговой стратегии.

Позиционирование бренда является более широкой концепцией, которая охватывает общее восприятие и репутацию бренда на рынке. В то время как позиционирование продукта фокусируется на отдельных продуктах, позиционирование бренда учитывает весь портфель брендов и эмоциональную связь, которую оно создает с потребителями.

Позиционирование бренда важно, так как оно помогает компаниям создать сильную и последовательную идентичность бренда. Оно определяет, что представляет собой бренд, его ценности и его уникальную индивидуальность. Это, в свою очередь,

помогает компаниям завоевать доверие потребителей, а также дифференцировать себя от конкурентов. Также оно может послужить основой для будущих запусков продуктов и расширения их ассортимента, поскольку потребители с большей вероятностью будут доверять и пробовать новые предложения от бренда, который они уже знают и любят.

Преимущества эффективного позиционирования бренда включают:

1. Узнаваемость бренда. Эффективное позиционирование помогает брендам занимать особое место в сегменте рынка. Это делает их более запоминающимися – выделяющимися среди конкурентов.

2. Последовательность. Стратегия позиционирования бренда определяет визуальную идентичность и стиль сообщения. При наличии четких правил презентации маркетинговые усилия могут стать более последовательными. Это напрямую связано с увеличением выручки.

3. Эмоциональный резонанс. Позиционирование бренда позволяет компаниям взаимодействовать со своей аудиторией на эмоциональном уровне. Это помогает им устанавливать эмоциональные связи с клиентами, что может снизить уровень истощения и усилить пропаганду.

Таким образом, позиционирование продукта и бренда являются важными концепциями в маркетинговых стратегиях. В то время как позиционирование продукта фокусируется на создании уникального образа для отдельных продуктов, позиционирование бренда охватывает общее восприятие и репутацию бренда. Понимание важности позиционирования продукта в маркетинговых стратегиях имеет решающее значение для компаний, стремящихся ориентироваться на определенные сегменты рынка, отличаться от конкурентов и повышать лояльность к бренду. Эффективно позиционируя свои продукты, предприятия могут получить конкурентное преимущество и добиться успеха на рынке.

Несмотря на различия, позиционирование продукта и бренда дополняют друг друга. Чтобы получить максимальную отдачу от любого типа позиционирования, необходимо, чтобы оба работали вместе. Когда стратегии позиционирования продукта и бренда взаимодействуют, они усиливают эффект друг друга.

Особенно это актуально для брендов, которые продают более одного продукта. Позиционирование продукта отличает их отдельные продукты на соответствующих рынках. Оно использует их сильные стороны для удовлетворения потребностей клиентов. Это помогает им выделяться, напрямую влияя на прибыльность.

Стратегии позиционирования продукта и бренда разрабатываются на основе аналогичного подхода, с небольшими различиями. Этот подход включает следующие шаги:

1. Исследование. Даже если стратегия позиционирования никогда не разрабатывалась предприятием, и продукт, и бренд занимали определенное положение на рынке. Используя первичные методы исследования, такие как опросы или фокус-группы, необходимо определить преобладающее восприятие потребителей. Для позиционирования продукта можно выявить ключевые преимущества, с которыми покупатель связывает продуктом; насколько ценность продукта сопоставима с ценностью конкурентов; варианты использования продукта потребителем. Для позиционирования бренда могут быть определены эмоции, с которыми ассоциируется бренд; степень доверия к бренду; соответствие ценности бренда его работе.

2. Анализ конкурентов. Позиционирование продукта и бренда в первую очередь служат для создания дифференциации от конкурентов. Понимание стратегий позиционирования, используемых рыночной конкуренцией, важно для поиска правильных стратегий для бренда. Можно использовать те же методы исследования рынка, что и выше, чтобы проанализировать, как воспринимаются конкретные

конкуренты. Просто необходимо переключить фокус вопросов с собственного бренда на конкурентов.

3. Создание и реализация стратегии. При реализации стратегии позиционирования необходимо отражать ее во всех аспектах деятельности, а также использовать визуальную идентичность для укрепления позиции.

С первого раза не получится добиться совершенства, поэтому необходимо внедрять этап тестирования в процесс создания.

**Вывод.** Позиционирование продукта и бренда являются важными стратегиями в маркетинге. Позиционирование продукта фокусируется на том, как конкретный продукт воспринимается рынком и чем он отличается от конкурентов. Позиционирование бренда заключается в создании уникального и благоприятного образа бренда в целом в сознании потребителей. В то время как позиционирование продукта более конкретное и краткосрочное, позиционирование бренда более целостное и долгосрочное. Обе стратегии имеют решающее значение для бизнеса в процессе эффективного донесения своего ценностного предложения и установления контактов со своей целевой аудиторией.

#### Список литературы:

1. Что такое позиционирование бренда и как с ним работать: на примерах IKEA, Dove и BMW – Текст: электронный. – URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/что-такое-pozitsionirovanie-brenda-i-kak-s-nim-rabotat-na-primerakh-ikea-dove-i-bmw/> (дата обращения: 07.04.2024).

2. Позиционирование: стратегии и 19 работающих инструментов. – Текст: электронный. – URL: <https://neiros.ru/blog/marketing/pozitsionirovanie-strategii-i-19-rabotayushchikh-instrumentov/> (дата обращения: 07.04.2024).

3. Product Positioning vs Brand Positioning. – Текст: электронный. – URL: <https://differencewalla.com/product-positioning-vs-brand-positioning> (дата обращения: 07.04.2024).

4. Product positioning vs. brand positioning: What's the difference? – Текст: электронный. – URL: <https://wynter.com/post/brand-positioning-vs-product-positioning> (дата обращения: 07.04.2024).

Овчиникова К. О., аспирант

Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В., д-р экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

*karina.lebedewa2016@yandex.ru*

#### ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**Актуальность** данной темы обусловлена не только стремительным развитием информационных технологий, но и существенными изменениями в системе образования. Сайты, социальные сети, онлайн-курсы и другие цифровые инструменты активно внедряются в учебный процесс, что влечет за собой необходимость эффективного продвижения их использования.

**Анализ последних исследований и публикаций** позволяет выделить несколько ключевых инструментов продвижения образовательных программ, среди ученых следует отметить В. Юдину, Т. Соболеву, Л. Смирнову и др.



**Цель исследования:** определение наиболее эффективных инструментов продвижения образовательных программ для дальнейшего принятия обоснованных решений и стимулирования вузов к повышению своего качества и конкурентоспособности.

**Результаты исследования.** С развитием информационных технологий появились и новые, инновационные методы продвижения образовательных программ. Одним из таких методов является интернет-маркетинг, который включает использование социальных сетей, поисковых систем и электронных платформ.

Современные технологии и возможности интернет-маркетинга дали новый импульс для продвижения образовательных программ. Традиционные методы рекламы, такие как телевидение и печатные издания, уже не могут обеспечить такую широкую аудиторию и эффективность, которые присутствуют в онлайн-пространстве. Однако, чтобы успешно продвигать образовательные программы в интернете, необходимо использовать различные инструменты, некоторые из них представлены на рисунке 1.

Одним из основных инструментов интернет-маркетинга является SEO-оптимизация. Обеспечивает высокую видимость сайта в поисковых системах и помогает улучшить его позиции в результатах поиска. Оптимизация сайта вуза подразумевает использование ключевых слов и фраз, которые наиболее часто ищутся потенциальными студентами. Кроме того, SEO-оптимизация включает в себя такие мероприятия, как улучшение структуры и навигации сайта, ускорение его загрузки и создание уникального контента.

Важно правильно выбирать ключевые слова для вашей образовательной программы. Они должны быть связаны с содержанием программы и пользоваться спросом среди потенциальных студентов.

После выбора ключевых слов, вы можно начать оптимизировать свою веб-страницу и контент. Включить ключевые слова в заголовки, подзаголовки, мета-теги, описания изображений и текстовых блоков на странице. Однако важно не превратить контент в сплошную набивку ключевых слов. Важно найти баланс между оптимизацией и легким чтением для пользователей.

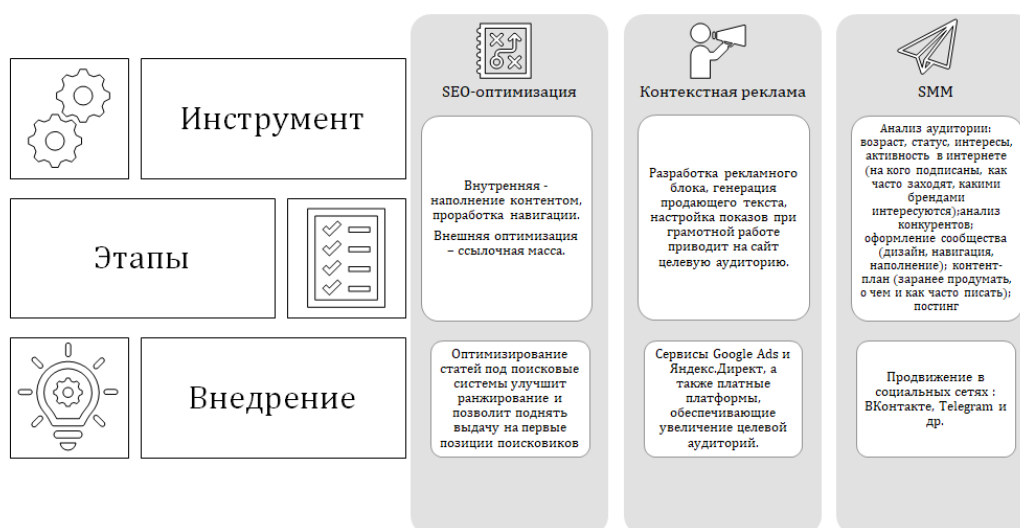


Рис. 1. Полезные маркетинговые инструменты продвижения ВУЗов

Эффективности SEO не уступает контекстная реклама, их «дружба» повышает результативность маркетинговой кампании. Это объявления, которые появляются на различных площадках и сайтах, связанных с образованием. Контекстная реклама позволяет вузам привлекать внимание целевой аудитории и направлять ее на свой сайт.

Она основана на использовании ключевых слов и фраз, которые соответствуют интересам и запросам потенциальных студентов. Таким образом, контекстная реклама помогает вузам достигать максимально релевантной аудитории и увеличивать поток посетителей на сайт.

Основными методами внедрения контекстной рекламы для продвижения образовательных программ являются:

1. Выбор ключевых слов и фраз. Для успешной контекстной рекламы необходимо тщательно подобрать ключевые слова и фразы, которые наиболее точно характеризуют программу образования. Это поможет привлечь именно тех пользователей, которые заинтересованы в предложении.

2. Настройка таргетинга. Настройка таргетинга позволяет определить целевую аудиторию рекламной кампании. Можно указать возраст, пол, интересы и другие параметры, чтобы реклама показывалась именно тем пользователям, которые наиболее вероятно станут клиентами.

3. Создание продающего текста. Очень важно создать качественный и привлекательный текст для рекламы, который заинтересует потенциальных клиентов. Текст должен быть информативным, ясным и подчеркивать преимущества образовательной программы.

4. Мониторинг и анализ. Важно постоянно отслеживать результаты рекламной кампании, анализировать их и вносить коррективы при необходимости. Это поможет повысить эффективность рекламы и достичь поставленных целей.

Помимо сайта и контекстной рекламы имидж и популярность учебного заведения помогает поддерживать SMM (social media marketing), то есть маркетинг в социальных сетях. Социальные медиа являются популярным и активно используемым средством коммуникации современных людей. Поэтому вузы могут использовать платформы, такие как ВКонтакте, Telegram, Facebook\*, Instagram\*, Twitter\* и LinkedIn\* (в Российской Федерации признаны экстремистскими организациями и запрещены), для привлечения внимания потенциальных студентов и совершенствования своей имиджевой работы. Вузы могут создавать контент, отвечающий интересам и потребностям целевой аудитории, а также взаимодействовать с ней через комментарии, лайки и репосты.

Для успешной реализации SMM в продвижении образовательных программ необходимо использовать ряд методов и приемов. Основные из них:

1. Создание коммуникационной стратегии. Необходимо определить цели и задачи продвижения, а также целевую аудиторию.

2. Регулярное обновление контента. Важно создавать интересный и полезный контент для пользователей, таким образом привлекая новых подписчиков.

3. Взаимодействие с аудиторией. Ответы на вопросы, проведение конкурсов и акций, обратная связь – все это позволяет установить доверительные отношения с пользователями.

4. Рекламные кампании. Реклама в социальных сетях – мощный инструмент для привлечения внимания аудитории к образовательным программам.

5. Аналитика. Важно отслеживать результаты продвижения, анализировать данные и корректировать стратегию в соответствии с результатами.

**Выводы.** Использование всех трех инструментов одновременно позволяет достичь максимального эффекта при продвижении образовательных программ в интернете. SEO-оптимизация позволяет улучшить видимость сайта в поисковых системах, контекстная реклама помогает привлечь целевую аудиторию, а SMM используется для взаимодействия с потенциальными студентами через социальные медиа. Использование этих инструментов позволяет достичь успеха в продвижении образовательных программ.

**Список литературы:**

1. Ибрагимхалилова, Т. В. Практическое применение SEO- и PPC-аналитики / Т. В. Ибрагимхалилова, Д. А. Леонова // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2022. – № 4. – С. 84-91. – EDN UVMXJO.
2. Смирнова, Л. И. Механизм построения стратегии интернет-маркетинга / Л. И. Смирнова, Ю. Г. Щадилова // Тенденции развития науки и образования. – 2020. – № 60-4. – С. 49-53. – DOI 10.18411/lj-04-2020-76. – EDN CCDZVJ.
3. Соболева, Т. Н. Интернет-маркетинг образовательных услуг / Т.Н. Соболева. – Текст: электронный // Междисциплинарный диалог: современные тенденции в общественных, гуманитарных, естественных и технических науках. – 2014. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-marketing-obrazovatelnyh-uslug> (дата обращения: 26.03.2024).
4. Юдина, В. А. Развитие цифровых маркетинговых технологий продвижения образовательных услуг российских вузов в условиях глобальных трансформаций [Текст] / В. А. Юдина, М. А. Танина, В. В. Бондаренко // Вестник ГУУ. – 2022. – Вып. 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-tsifrovyyh-marketingovyh-tehnologiy-prodvizheniya-obrazovatelnyh-uslug-rossiyskih-vuzov-v-usloviyah-globalnyh> (дата обращения: 09.04.2024).

Петенко А. В., канд. экон. наук, доцент  
Научный руководитель: Петенко И. В., д-р. экон. наук, профессор  
Донецкий государственный университет, РФ  
*Petenkoi70@gmail.com*

**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СФЕРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ, ПЕРЕПОДГОТОВКИ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**Актуальность.** В условиях модернизации российского образования особую значимость приобретают вопросы маркетингового исследования рынка образовательных услуг. Это диктуется изменением образовательной ситуации, характеризующейся формированием новой, открытой системы образования, нового содержания обучения, новых требований и условий. Данная ситуация связана с кризисом как системы образования в целом, так и системы профильного обучения в частности, который выражается в обострении проблем качества и важности образования, нехватке квалифицированных педагогических кадров, в кризисе финансирования, в отсталости образовательных технологий, в кризисе эффективности и производительности образовательной системы, возникшими противоречиями между современными запросами личности, общества, рынка труда и структурой образования.

**Анализ последних исследований** Проблемы исследования рынка образовательных услуг занимались отечественные и зарубежные ученые Д.Б. Эльконин, В.В. Давыдов, В.П. Беспалько, А.К. Маркова, С.Л. Рубинштейн, Н.Ф. Талызина, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, П.И. Пидкасистый, Д. Корнели, Ч. Данофф, Е.Д. Патаракин, В.А. Полякова. Б. Смит и др.

**Цель исследования** – описать проблемы на рынке образовательных услуг.

**Результаты исследования.** К сожалению, следует констатировать значительную распространенность иждивенской психологии некоторых хозяйственных руководителей, привыкших ориентироваться на подготовку квалифицированных рабочих за счет средств госбюджета. Проблема улучшения состава, омоложения персонала на предприятиях промышленности частично решается приемом

соответствующих категорий работников. Однако молодые специалисты, ученики ПТУ воспринимаются как дешевая рабочая сила, а не в качестве достойной смены ветеранам. Руководители структурных подразделений принимают молодых ребят призывного возраста, чтобы хоть на какое-то время «закрыть» непрестижное рабочее место, на котором никто из опытных работников за низкую плату работать не согласится. Достаточно распространенными являются и случаи, когда сознательный поиск и найм квалифицированных специалистов на уровне цехов приводил к отторжению новых квалифицированных рабочих старыми кадровыми рабочими, почувствовавшими угрозу своему положению на предприятии. На предприятиях фактически разрушен институт наставничества и передачи передового опыта, знаний и навыков от опытных работников молодежи, как и систему профессиональной подготовки и переподготовки в целом. Фактическая периодичность повышения квалификации персонала в среднем по отраслям промышленности хотя и сократилась, однако значительно превышает, нормативную (2,5-4 года) и для рабочих — 12-15 (в развитых странах 3-6 лет), а среди специалистов достигает 8 лет (по сравнению с 3-5 годами в Западной Европе и Японии). Недостатком современной системы подготовки кадров на производстве также является неверно выбранный вектор профессиональной переподготовки, которая охватывает в основном контингент рабочих среднего и старшего возраста, проделавших некоторое время (часто довольно длительное) по определенной профессии. Это накладывает свою специфику на обучение и ограничивает отдачу от вложений в человеческий капитал в перспективе. Существенные изъяны в налогообложении предприятий, при которых остатков средств не хватает для качественной подготовки кадров на договорной основе, часто заставляют предприятия довольствоваться малым – краткосрочной подготовкой кадров через индивидуальные формы обучения, которое многократно показало свою низкую эффективность. Не все предприниматели осознали, что с переходом к рыночной экономике функции предприятия по организации обучения и обеспечению его надлежащего качества должны значительно расширяться. Это обусловлено ослаблением роли государственного регулирования подготовки квалифицированной рабочей силы через систему профессионально-технического образования и переподготовкой значительной части высвобождаемой рабочей силы, с повышением требований к гибкости рабочей силы, повышением значимости процессов изменения труда, с ориентацией предприятия на удовлетворение потребности в квалифицированной рабочей силе за счет собственных работников.

На данном этапе развития рыночных отношений в ДНР обучение и повышение квалификации персонала не является приоритетной задачей для абсолютного большинства предприятий.

В итоге, оценивая сложившуюся ситуацию, можно констатировать: на сегодня в сфере профессионального обучения, переподготовки и повышения квалификации сформировался замкнутый круг, который образовали такие звенья:

низкий технический уровень производства и низкая зарплата привлекают низкоквалифицированный персонал;

низкие стандарты качества продукции, ее неконкурентоспособность не только на мировом, но и на внутреннем рынке имеют следствием низкие результаты хозяйствования предприятия и отсутствие устойчивых прибылей; устойчивое функционирование на грани выживания или банкротства требуют перевода предприятия на инновационную модель функционирования, внедрение новейших технологий, освоение которых осложняется отсутствием мотивированных, высокообразованных работников, готовых к выполнению работы на уровне мировых стандартов;

профессиональная подготовка тормозится как нехваткой средств, так и нежеланием предпринимателей рисковать, осуществляя долгосрочные инвестиции в человеческий капитал и поддерживая систему подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников на предприятии, способную быстро реагировать на изменения потребностей производства в рабочей силе, а с другой стороны – предоставлять работникам возможность для обучения в соответствии с их интересами;

технологическая отсталость производств существенно ограничивает возможности применения полученных знаний и навыков непосредственно в производственном процессе, а невысокое качество полученных в процессе обучения знаний часто не соответствует требованиям к рабочей силе, предъявляемым со стороны высокотехнологичных производств.

Это приводит к снижению такого показателя рабочей силы как профессиональная способность, к увеличению разрыва между уровнем квалификации претендентов на рабочие места и современными требованиями к качеству работников и негативно сказывается на обеспечении инновационных производств высококвалифицированными кадрами. В связи с этим возникает проблема оптимизации соотношений между этими сегментами подготовки квалифицированной рабочей силы в соответствии со структурными сдвигами в спросе на работников со средним специальным и высшим образованием.

Основные направления в сфере повышения конкурентоспособности работников промышленных предприятий путем обеспечения их надлежащей профессионально-образовательной подготовки должны предусматривать:

формирование эффективного рынка образовательных услуг, в первую очередь за счет оптимизации структуры профессионального образования, обеспечения необходимого качества образовательных программ и педагогических технологий;

перепрофилирование учебных заведений начального и среднего профессионального образования на актуальные кадровые потребности экономики;

трансформация существующей сети профессионально-технических училищ и создание ступенчатого профессионально-технического образования, которое удовлетворит реальные потребности экономики в квалифицированных рабочих кадрах;

внедрение обоснованной методики определения региональных потребностей в подготовке, переподготовке и повышении квалификации кадров высшего, последиplomного и профессионально-технического образования и разработка перечней необходимых профессий управленчески-производственного направления в соответствии с потребностями перспективных направлений производства;

совершенствование механизма формирования государственного заказа в системе высшего и профессионально-технического образования; разработка государственных учебных стандартов качества профессионального образования, отвечающего требованиям развития экономики;

содействие предвзятому обучению работников, которые находятся под риском высвобождения и создание благоприятных условий для профессионального обучения тех работников, которые хотят получить новую специальность или освоить новый вид деятельности в секторах экономики, где растет спрос на рабочую силу;

формирование на предприятиях постоянно действующей системы оценки персонала и оперативной переподготовки кадров, разработка системы мотивации повышения работниками своего профессионально-квалификационного уровня;

осуществление программ непрерывного обучения на протяжении всего периода трудовой деятельности человека на предприятии и обеспечение доступа к ним каждого работника предприятия;

стимулирование внутрипроизводственной системы обучения путем выделения предприятиям субсидий целевого назначения (на создание новых рабочих мест, подготовку и переподготовку кадров) при условии обеспечения соответствующих стандартов качества;

дифференцированная налоговая политика (скидка по налогу на прибыль при организации соответствующих курсов по переподготовке работников, освобождение от налога средств, направленных на обучение работников, сокращение размеров или даже освобождение от взносов на социальное страхование и т.д.);

снижение уровня налогообложения средств от предоставления дополнительных платных услуг учреждениями высшего и профессионально-технического образования, доходов от реализации продукции учебных производственных мастерских, если они направлены на реализацию программ профессиональной подготовки.

**Выводы.** Неотъемлемым условием создания и развития таких систем является необходимость активного участия не только государства, образовательных учреждений, но и работодателей, которые должны в условиях формирования экономики знаний выступать активными субъектами процесса профессионального обучения и повышения квалификации своих кадров.

#### Список литературы:

1. Бойченко, Г.Н. Распределенный образовательный процесс: основы проектирования и реализации [Текст] / Г.Н. Бойченко, Л.И. Кундозерова // Открытое образование. – 2016. – №3. – С. 16–23.

2. Горленко, А.М. Модель сетевого взаимодействия учреждений профессионального образования и организаций-работодателей [Текст] / А.М. Горленко, Л.В. Массель, В.В. Трипутина, и др. // Вестник ИрГТУ. – 2008. – №3 (35). – С. 226– 231.

3. Фионова, Л.Р. К вопросу выхода российских вузов на международный рынок образовательных услуг [Текст] / Л.Р. Фионова, М.А. Долгова // Наука и современность. – 2015. – №3(5). – С. 53-64.

Попова Е. В., студент  
*Научный руководитель:* Дудник В. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*katyappv@mail.ru*

### ИНТЕГРАЦИЯ НОВЫХ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ В МАРКЕТИНГОВУЮ СТРАТЕГИЮ КОМПАНИИ

**Актуальность.** Исследование интеграции новых методов продвижения в маркетинговую стратегию компании остается актуальной темой в современном мире бизнеса. Рынок насыщен различными предложениями и успешное продвижение стало ключевым элементом для выделения из толпы конкурентов. В частности, в сфере маркетинга постоянно появляются новые инструменты и подходы, способные эффективно взаимодействовать с современными потребителями.

**Целью** данного исследования является анализ и оценка влияния интеграции инновационных методов продвижения на эффективность маркетинговой стратегии компаний.

**Результаты исследования.** В современном маркетинге методы продвижения выступают как инструменты и техники, которые организации используют для достижения своих стратегических целей. Эти методы охватывают широкий спектр действий, направленных на увеличение узнаваемости бренда, продукта или услуги, стимулирование спроса и формирование лояльности у потребителей. Они разделяются на различные категории в зависимости от используемых каналов коммуникации, степени прямого воздействия на потребителя и соотношения стоимости к эффективности.

В эпоху цифровизации значительно возросла роль новых методов продвижения, среди которых цифровой маркетинг, контент-маркетинг, маркетинг в социальных сетях (SMM), инфлюенс-маркетинг, вирусное продвижение и поисковая оптимизация (SEO) занимают ведущие позиции. Эти методы отличаются высокой степенью взаимодействия с аудиторией, возможностью точного таргетинга и аналитики, а также способностью к быстрой адаптации под меняющиеся предпочтения потребителей и технологические тренды.

Социальные медиа маркетинг (SMM) является стратегией продвижения продуктов и услуг компании с использованием социальных медиа платформ. Основной целью SMM является привлечение внимания и установление взаимодействия с целевой аудиторией через социальные сети.

SMM предполагает создание контента, способного привлечь и заинтересовать пользователей. Этот контент может быть представлен информационными материалами, развлекательными видео, конкурсами и акциями, проводимыми в социальных медиа. Часто компании создают фирменные страницы или аккаунты, на которых они размещают контент и взаимодействуют с пользователями.

Руководящий принцип SMM заключается в активном управлении сообществом. Компании взаимодействуют с пользователями, отвечают на их вопросы и комментарии, а также предоставляют персонализированный контент, соответствующий интересам целевой аудитории. Такое взаимодействие помогает установить доверие и укрепить лояльность клиентов.

Преимущества SMM включают возможность достигнуть широкой аудитории, учитывая рост популярности социальных медиа платформ. Кроме того, SMM позволяет установить более персонализированную коммуникацию с клиентами. Существующая возможность получать обратную связь от пользователей позволяет компаниям использовать ее для совершенствования и улучшения своих продуктов и услуг.

Контент-маркетинг – это стратегия маркетинга, нацеленная на создание и распространение ценного и полезного контента для привлечения и удержания целевой аудитории. Главная идея контент-маркетинга заключается в предоставлении потенциальным клиентам информации, способной решить их проблемы и ответить на их вопросы.

Контент-маркетинг предполагает использование различных форматов контента, включая статьи, блоги, видео, инфографику, подкасты и другие. Важным аспектом контент-маркетинга является направленность контента на интересы и потребности целевой аудитории с целью привлечения их внимания и увлечения.

Одним из преимуществ контент-маркетинга является установление авторитета и доверия у целевой аудитории, так как предоставление ценной информации в помощь признается компанией экспертом в своей области. Контент-маркетинг также способствует привлечению новых клиентов через поисковые системы, так как создание высококачественного контента улучшает позиции в результатах поиска.

Инфлюенс-маркетинг представляет собой стратегию сотрудничества с влиятельными личностями, так называемыми инфлюенсерами, в социальных сетях,

которые имеют значительное количество подписчиков и могут оказывать значительное влияние на их мнения и поведение. Основная идея заключается в том, чтобы использовать авторитет и популярность этих личностей для продвижения продукта или услуги среди их аудитории.

Ключевым элементом инфлюенс-маркетинга является выбор правильного инфлюенсера, который подходит для конкретного бренда или продукта. Это может быть человек, активно ведущий свой блог или аккаунт в социальных сетях, пишущий о темах, связанных с продукцией или услугами компании. Также инфлюенсерами могут быть знаменитости, спортсмены, блогеры или эксперты в определенной области, чьи мнения и рекомендации имеют вес для их подписчиков.

Преимущества инфлюенс-маркетинга заключаются в его способности создавать высокий уровень вовлеченности аудитории и ускоренного распространения информации о продукте или услуге. Когда инфлюенсеры рекомендуют продукт своим подписчикам, это обычно воспринимается как личная рекомендация, что делает такие рекламные сообщения более эффективными и достоверными для потребителей.

Кроме того, инфлюенс-маркетинг позволяет бренду достичь большей органической видимости и привлечь внимание к своим продуктам или услугам среди целевой аудитории.

Вирусное продвижение представляет собой стратегию создания контента, который, благодаря своей уникальности, остроумию, полезности или эмоциональной привлекательности, способен быстро распространяться среди пользователей интернета без прямого участия маркетологов. Основная идея заключается в том, чтобы создать что-то настолько привлекательное или удивительное, что пользователи захотят поделиться этим контентом с другими людьми в своих социальных сетях, блогах, форумах и так далее.

Ключевой характеристикой вирусного продвижения является органическое распространение контента через социальные каналы и интернет-сообщества, без прямого участия компании или ее маркетологов.

Преимущества вирусного продвижения очевидны. Во-первых, оно может значительно увеличить охват и узнаваемость бренда за короткий период времени. Когда контент становится вирусным, он может быстро распространяться среди широкой аудитории, привлекая внимание пользователей к бренду или продукту.

Кроме того, вирусное продвижение обычно более эффективно в привлечении внимания молодежи и аудитории, активно использующей социальные сети и онлайн-платформы. Этот вид маркетинга позволяет бренду выйти за рамки традиционных рекламных каналов и установить более тесные связи с потребителями через интересный и эмоционально заряженный контент.

Ключевой характеристикой вирусного продвижения является органическое распространение контента через социальные каналы и интернет-сообщества, без прямого участия компании или ее маркетологов. Это отличает его от традиционных методов рекламы, где компании часто должны инвестировать значительные средства в распространение своего сообщения.

Преимущества вирусного продвижения очевидны. Во-первых, оно может значительно увеличить охват и узнаваемость бренда за короткий период времени. Когда контент становится вирусным, он может быстро распространяться среди широкой аудитории, привлекая внимание пользователей к бренду или продукту.

Кроме того, вирусное продвижение обычно более эффективно в привлечении внимания молодежи и аудитории, активно использующей социальные сети и онлайн-платформы. Этот вид маркетинга позволяет бренду выйти за рамки традиционных



рекламных каналов и установить более тесные связи с потребителями через интересный и эмоционально заряженный контент.

SEO (поисковая оптимизация) является стратегическим подходом к оптимизации веб-сайта с целью улучшения его видимости и ранжирования в результатах поисковых систем по релевантным запросам пользователей. Эффективное применение SEO техник играет важную роль в привлечении целевого трафика на веб-ресурс, что является критически важным элементом для повышения конверсии и поддержания конкурентоспособности в цифровом пространстве.

Оптимизация веб-сайта под поисковые системы включает в себя ряд мероприятий, направленных на улучшение структуры сайта, оптимизацию контента, а также работу над внешними факторами, такими как ссылочная масса и пользовательский опыт. С помощью правильно проведенной SEO оптимизации веб-сайт становится более доступным и привлекательным для поисковых систем, что повышает его вероятность попадания в топовые результаты поиска.

Преимущества эффективного SEO применения очевидны. Во-первых, он позволяет увеличить органический трафик на веб-сайт, тем самым снижая затраты на привлечение посетителей через платные каналы. Кроме того, благодаря лучшей видимости в поисковых системах, сайт получает больше потенциальных клиентов, заинтересованных именно в тех продуктах или услугах, которые он предлагает. Это, в свою очередь, увеличивает вероятность конверсии посетителей в клиентов и, как следствие, увеличивает выручку компании.

Наконец, SEO также способствует повышению долгосрочной устойчивости и конкурентоспособности бренда в цифровой среде. Поскольку эффекты правильно выполненной оптимизации сохраняются длительное время, компания, инвестирующая в SEO, создает надежный фундамент для долгосрочного роста своего онлайн-присутствия и укрепления своей позиции на рынке.

**Вывод.** Таким образом, методы продвижения представляют собой многоаспектный инструментарий маркетинговой стратегии, который требует комплексного подхода к выбору и использованию в зависимости от целей организации, особенностей целевой аудитории и текущих рыночных условий. Интеграция новых методов продвижения может значительно повысить эффективность маркетинговых стратегий компаний.

#### **Список литературы:**

1. Петенко, И.В. Современные источники распространения вирусного маркетинга // Торговля и рынок: Науч.журнал, вып4 (60), т.2., ч.1. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», 2021. – С. 20-26.
2. Петенко, И.В. Инновационные аспекты использования вирусного маркетинга в интернет-пространстве // Торговля и рынок: Науч.журнал, вып. №3 (59), т.2., ч.1. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», 2021. – С. 53-59.
3. Барченков, И. Библия интернет-маркетолога / И. Барченков. – М.: Бомбора. 2023. – 384 с.
4. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2023. – 335 с.

<sup>1</sup>Прозоров В. В., студент,  
*vladimir.prozorov2001@gmail.com*

<sup>2</sup>Петлина О. И., студент,  
*olganisetova@gmail.com*

<sup>2</sup>Хохрина К. А., студент,  
*kristina29.02@mail.ru*

<sup>2</sup>Филиппов М.В., студент  
*76673@samgupsru.onmicrosoft.com*

Научный руководитель: <sup>2</sup>Герасимова Е. А., канд. экон. наук, доцент

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

## ИСТОРИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА ВАРШАВО-ВЕНСКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ

Первая в России и шестая в мире, Царскосельская железная дорога, торжественно открытая 30 октября 1837 г., соединила столицу с Царским Селом, а вскоре и с Павловском. Однако открытие движения по ней не стало сигналом к бурному железнодорожному строительству. Царскосельская дорога, строившаяся как опытный объект, стала использоваться, прежде всего, в качестве аттракциона для петербургской публики, тогда как на Западе железные дороги возводились для иных, сугубо производственно-коммерческих целей. До ввода в эксплуатацию Петербурго-Московской (Николаевской) железной дороги, двухпутной магистрали, действительно ставшей основой железнодорожной сети страны, оставалось долгих 14 лет [2].

Но открытая 1 ноября 1851 г. Н.Ж.Д. стала уже третьей в стране. Проекты строительства новых железных дорог стали появляться почти сразу после открытия Царскосельской. Государство не торопилось строить дорогу за свои деньги, тщательно рассматривая проекты (надо признать, что среди чиновников было много противников такого строительства), а вот на постройку на частные средства разрешение дало. 1 апреля 1848 г. началось движение поездов по второй железнодорожной магистрали Российской Империи, первой в Царстве Польском, незаслуженно забытой историей Варшава-Венской железной дороге (В.В.Ж.Д.).

В учебнике «История железнодорожного транспорта» (А.В. Гайдамакин. М.: УМЦ ЖДТ, 2013) этому событию посвящён лишь один абзац: «В 1848 г. был введён в строй действующий участок железной дороги протяжённостью 308 км от Варшавы до австрийской границы. Этот участок с учётом государственных границ того времени проходил по территории Российской империи. В итоге общая длина российских железных дорог составила в середине XIX в. около 1000 км». В школьных учебниках вообще нигде нет упоминания об этой дороге, коротко В.В.Ж.Д. называется лишь во втором томе «Полного курса истории России для учителей» Е.Ю. Спицына (Е.Ю. Спицын. М.: Концептуал, 2021). Между тем, эта дорога заслуживает внимания. Хотя бы потому, что она всё-таки одна из первых [4, 6].

Проект железнодорожной линии, которая должна была соединить «Русскую Польшу» с «Австрийской» и «Прусской», появился ещё в 1835 г. Представлял проект банкир Генрих Лубенский, а проектировщиком и главным инженером проекта был Станислав Высоцкий (1805–1868), будущий главный инспектор железных дорог Царства Польского. Через три года по инициативе предпринимателя Петра Штайнкеллера было учреждено акционерное общество Варшавско-Венской железной дороги, а ещё через два года – в 1840 г. – началось строительство на участке Варшава–Скерневице [7].

Линия от Варшавы до станции Граница (ныне Сосновец-Мачки) в городе Сосновец должна была соединяться со строящейся тогда австрийской Северной железной дорогой между Веной и Краковом, поэтому для беспрепятственного сообщения ширина колеи была принята европейская – 1435 мм, таким образом В.В.Ж.Д. была обособленной системой в структуре российских железных дорог. При проектировании было непонятно, будет ли железная дорога на конной или на паровой тяге, и окончательный выбор в пользу последней был сделан только после начала строительства. Железная дорога строилась однопутной, однако земляное полотно и искусственные сооружения возводились сразу под перспективный второй путь (который был уложен в 1872–1881 гг.).

В ноябре 1841 г. работы были приостановлены, в мае следующего года акционерное общество В.В.Ж.Д. обанкротилось, а ещё год спустя, в июле 1843г., строительство продолжилось, уже финансируемое Ссудным банком Российской Империи. Руководителем строительства был назначен Эдуард Герстфельд (1798–1878). 28 ноября 1844 г. первый поезд с наместником Царства Польского Иваном Паскевичем проследовал до варшавского предместья Прушкава.

С 15 июня 1845 г. было открыто регулярное сообщение между Варшавой и Гродизском-Мазовецким, 1 октября того же года железная дорога наконец-то достигла Скреневице, а 13 апреля 1848 г. на станции Граница соединилась с австрийской Краковско-Верхнесилезской железной дорогой (частью ещё не достроенной Северной дороги), обеспечив прямое сообщение между русской Варшавой, австрийским Краковом и прусским Вроцлавом. В том же году стало возможно сообщение с Веной транзитом через Пруссию, а с 1856 г. – напрямую по австрийской территории.

Дорога протяжённостью 308 вёрст (327,6 км) имела 27 станций и начиналась с Венского вокзала в Варшаве (рисунок 1). Великолепное здание в стиле классицизма было построено на главной улице польской столицы – Иерусалимских Аллеях, – в 1844–1845 гг. архитектором итальянского происхождения Энрико Маркони (1792–1863). Вокзал включал центральное трёхэтажное здание, соединённое флигелями с двумя 25-метровыми башенками, что должно было напоминать два паровоза. Восточная башня была часовой, а в западной располагалась станция оптического телеграфа [1].

Оптический телеграф был и на Царскосельской железной дороге, и с его помощью можно было подавать сигналы об остановке поезда, о затребовании резервного локомотива и о затребовании резервного поезда, но именно на В.В.Ж.Д. впервые стало возможно определять ещё и направление движения поезда, относительно которого подаются сигналы [5].

В первый год работы (1845 г.) по В.В.Ж.Д. было перевезено 14,3 тыс. тонн грузов и 143,6 тыс. пассажиров; подвижной состав в 1845 г. состоял из восьми паровозов (на дровах), 58 пассажирских и 62 грузовых вагонов, к 1848 г. число паровозов достигло 35, пассажирских и грузовых вагонов – 87 и 312 соответственно. В 1913 г. по В.В.Ж.Д. грузооборот составил 1,69 млрд ткм, объём пассажироперевозок – 13,3 млн пассажиров, подвижной состав состоял из 469 паровозов (на угле), 576 пассажирских и 15 778 грузовых вагонов. В.В.Ж.Д. была самой прибыльной железной дорогой Российской Империи. С момента начала движения и до 1901 г. на В.В.Ж.Д. эксплуатировались бельгийские и немецкие паровозы, после началось использование российских паровозов, построенных специально для работы на колее 1435 мм.

1848  
ATA

## DROGA ŻELAZNA WARSZAWSKO- WIENSKA



Рис. 1. Варшаво-Венская железная дорога

Второй железной дорогой в Царстве Польском и четвёртой в России стала Петербурго-Варшавская (1280 км). Её строительство, начавшееся в 1851 г. под руководством Эдуарда Герстфельда, было прервано Крымской войной и завершилось лишь в 1862 г. Начальным пунктом железной дороги был Варшавский вокзал в Санкт-Петербурге, закрытый в 2001 г. и использующийся ныне как торговый центр, а конечным – Петербургский, ныне Виленский вокзал в Варшаве. Третьей железной дорогой в Царстве Польском стала Варшавско-Тереспольская (212 км), построенная в 1866–1867 гг. между Варшавой и Брест-Литовском, куда в 1871 г. пришла железная дорога из Москвы. Начальным пунктом железной дороги был Тереспольский, ныне Восточный вокзал в Варшаве.

Железнодорожная сеть Польши сложилась так, что к западу от Варшавы шла «Виденка» (в западославянских языках Вена называется Виднем) с шириной колеи 1435 мм, а к востоку – железные дороги колеи 1524 мм, что вместе с отсутствием железнодорожного моста через Вислу затрудняло перевозки. В 1876 г. была построена окружная линия (на конной тяге), соединившая станции Тереспольской и Петербургской дорог на правом берегу Вислы с В.В.Ж.Д. на левом берегу. Перегрузочной станцией была Варшава-Окружная (ныне Варшава-Западная) рядом с Венским вокзалом В.В.Ж.Д [3].

В нынешнем виде Варшавский железнодорожный узел сложился уже после Первой Мировой войны, когда польские железные дороги были перешиты на европейскую колею и началось строительство по проекту выдающегося железнодорожника-путейца, выпускника Петербургского института инженеров путей сообщения Александра Васютынского (1859–1944). Проект предусматривал

соединение Тереспольского и Венского вокзалов напрямую, по новому мосту через Вислу и тоннелю под Иерусалимскими Аллеями.

Сооружение Варшавской диаметральной линии началось в 1924 г. и было завершено в 1933 г., при строительстве было снесено восточное крыло Венского (тогда Главного) вокзала с часовой башней. Полностью вокзал был уничтожен в годы Второй Мировой войны. Архитектурный ансамбль В.В.Ж.Д. в Варшаве не сохранился – последнее оставшееся здание мастерских было разрушено в 2013 г. Нынешний Центральный вокзал Варшавы расположен примерно на том же месте, что и самый первый, а на соседней платформе Варшава-Средместье установлена мемориальная доска в память о Венском вокзале и отправлении с него в 1845 г. первого поезда по Варшаво-Венской железной дороге – первой в Польше.

#### Список литературы:

1. В историю – по рельсам. Варшавский железнодорожный музей. – Текст: электронный. – URL: [https://www.liveinternet.ru/community/moja\\_polska/post351872481/](https://www.liveinternet.ru/community/moja_polska/post351872481/) / (дата обращения: 29.11.2023).
2. Скубневский, В.А. Польша в системе общероссийского рынка во второй половине XIX – начале XX века / В.А. Скубневский // Сборник трудов конференции, Омск. – 2015. – С. 104–110.
3. Варшаво-Венская железная дорога. – Текст: электронный // Википедия: [сайт]. – URL: [ru.wikipedia.org/wiki/Варшаво-Венская\\_железная\\_дорога](ru.wikipedia.org/wiki/Варшаво-Венская_железная_дорога) / (дата обращения: 29.11.2023).
4. Железнодорожный транспорт: Энциклопедия / Гл. ред. Н.С. Конарв. – М.: БРЭ, 1994. – 559 с.
5. Лупал, Н.В. Устройства сигнализации, централизации и блокировки на железных дорогах Российской империи / Под ред. В.В. Сапожникова, Вл.В. Сапожникова, Д.В. Ефанова. – СПб: Наука, 2020. – 159 с.
6. Шашкова, Н.О. Управленческий и экономический аспекты формирования железнодорожной политики России в 1820-е – 1850-е годы / Н.О. Шашкова // ЭТАП. – 2016. – № 2. – С. 74–98.
7. Одна из первых железных дорог России, забытых историей ж.-д. транспорта. – Текст: электронный. – URL: <http://korenev.org/index.php/ru/2011-04-07-13-55-37/2011-04-07-14-09-17/170-odna-iz-pervykh-zheleznykh-dorog-rossii-zabytykh-istoriej-zh-d-transporta> / (дата обращения: 29.11.2023).

Пьянова Е. С., Гузенко В. А., Долганова А. С., Сузюмова К. А., студенты  
Научный руководитель: Серяпова И. В., канд. экон. наук, доцент  
Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ  
[pyanova-2001@mail.ru](mailto:pyanova-2001@mail.ru), [viktoriaguz8@gmail.com](mailto:viktoriaguz8@gmail.com), [dolganovaa272@gmail.com](mailto:dolganovaa272@gmail.com),  
[karalilo@mail.ru](mailto:karalilo@mail.ru)

#### ПОВРЕЖДЕННЫЕ КАБЕЛИ В КРАСНОМ МОРЕ: США ПОД ПОДОЗРЕНИЕМ

Мировое внимание на красное море. Это глобальный морской торговый путь, который проходит через Суэцкий канал Египте. Дорога из Азии в Европу и обратно. За проход по Суэцкому каналу Египет взимает плату.

Если грубо, то до недавнего времени египтяне выручали за билеты через Суэц до миллиарда долларов в месяц. Сейчас американцы сделали так, что Египет получает

вдвое меньше. Доходы упали вполтину. Но дело даже не в том, что именно Египет терпит убытки, а в том, что если торговые суда, танкеры, сухогрузы и контейнеровозы идут из Азии в Европу не через Красное море и Суэцкий канал, а вокруг Африки, то меняется мировая логистическая схема, всё становится дольше и дороже (рисунок 1).



Рис. 1. Схема пути торговых судов из Азии в Европу

Мы говорим об американцах потому, что они поддерживают израильскую войсковую операцию в секторе газа, которая началась в ответ на безжалостный теракт группировки ХАМАС 7 октября, но сейчас это уже для всего мусульманского мира выглядит откровенно чрезмерной. Ожидается, что это чрезмерность вызовет силовой ответ. Быть может и асимметричный. Так и получилось. Йеменские повстанцы, хуситы, заявили, что будут атаковать у своего побережья в красном море все суда, связанные с Израилем [1].

Решив расправиться быстрее со всеми, американцы отправили против хуситов военный флот, но это не помогло. Корабли США сами попали под обстрел. В итоге глупость, а задача защиты судоходства так и не решена. Теперь США хотят, чтобы Китай сказал своё слово, но позиция Китая проста, как правда - прекратите геноцид в газе, хуситы останутся. Международное судоходство в регионе вернется.

И вот тут-то возникли поврежденные подводные интернет кабели, что проложено по дну красного моря, их кто-то порвал. всего там их 16. 4 из них чудесным образом повреждены. У каждого своё название: Seacom, TGN-Gulf, Asia-Africa-Europe 1, EuropeIndia Gateway (рисунок 2).

По гуляющим оценкам, пострадало 25% глобального трафика, но есть нюанс через повреждённые кабели проходят 80% трафика из Китая и Индии в сторону Запада. Сейчас телекоммуникационные потоки перенаправлены, но звоночек очень серьёзный.

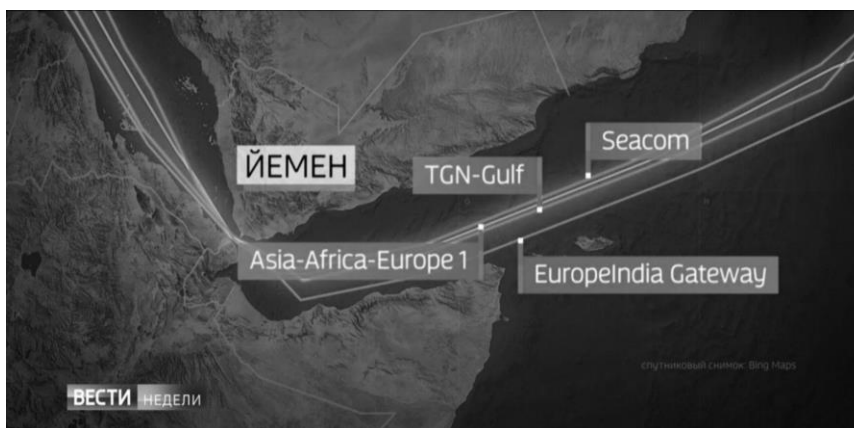


Рис. 2. Подводные кабели на дне Красного моря

Есть главный вопрос кто? Израиль прямо указывает пальцем на хуситов, те свою причастность отрицают. Обычно они прямо берут на себя ответственность за свои атаки. Сейчас нет. Да и нет против них никаких доказательств. И вот тут самое интересное. У американцев большой опыт сокрытия совершенных терактов на газопроводах Северный поток. Почему бы сейчас безнаказанно не порвать и подводные телекоммуникационные кабели? Мотив [2]?

Ливанский телеканал Al Mayadeen трактует это вот так: «Одна из причин, которая могла бы побудить Вашингтон сделать это – настроить мировую общественность против йеменских хуситов, особенно европейские страны и Китай. США хотят повлиять на Китай, чтобы тот вмешался в кризис в красном море. Пекин, по их мнению, должен надавить на Тегеран, чтобы тот, в свою очередь, призвал Ансар Алла прекратить атаки в красном море.» Если так, то США интригует против Китая, пытаясь разозлить его перетащить на свою сторону. Но американцы были бы не самими собой, если бы ещё и не хотели прямо навредить Китаю, пустив подозрения по ложному следу. Ведь такая же модель была и с северными потоками [3].

Подрыв кабелей нанесет ущерб Пекину, чего и добивается Вашингтон, который стремится окружить Китай и не дать ему стать главной сверхдержавой в мире. После Того, как именно США самой высокой степени вероятности взорвали газопровода Северный поток, демонстративно отказались расследовать этот теракт, да ещё активно позаботились о том, чтобы пустить общественное мнение по ложному следу Вашингтон в таких делах утратил презумпцию невиновности. Отныне инициатива повреждения глобальной инфраструктуры навсегда будет ассоциироваться именно с США, американский почерк. Разрыв интернет кабеля красном море американцам придется доказать, что это не они. Презумпция невиновности нет. Надо реально расследовать случившееся, не просто указать на кого-то пальцем, а реально на международном уровне пусть США соберут интернациональную команду для это. Но они же любят коалиции и вперед. А заодно и причинно-следственную связь восстановить соразмерность действий, прислушаться ко всем участникам процесса, странам и цивилизации. В ином случае морские и океанские интернет кабеля будут рваться как бы сами по себе всё чаще и в самой неподходящей момент [4].

#### Список литературы:

1. Вести недели. Эфир от 10.03.2024. Английские, испанские, немецкие и французские субтитры. Поврежденные кабели в Красном море: США под подозрением. – Текст: электронный. – URL: <https://smotrim.ru/amp/video/2772559> (дата обращения: 10.03.2024).

2. В Красном море перебиты кабели связи между Европой, Азией и Африкой. – Текст: электронный. – URL: <https://www.interfax.ru/world/949003> (дата обращения: 05.03.2024).

3. Кабели связи между Европой и Азией оказались повреждены. Грозит ли это отключением интернета по всему миру? Об этом сообщает «Рамблер». – Текст: электронный. – URL: [https://news.rambler.ru/tech/52390056/?utm\\_content=news\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copyslink](https://news.rambler.ru/tech/52390056/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copyslink) (дата обращения: 07.03.2024).

4. HGC: четыре кабеля связи повреждены в Красном море. – Текст: электронный. – URL: <https://russian.rt.com/world/news/1281693-krasnoe-more-kabeli-internet> (дата обращения: 05.03.2024).

Пьянкова О. К., Беляев М. И., студент  
Научный руководитель: Белоногова Е. В., канд. экон. наук, доцент  
Сибирский федеральный университет, РФ  
pyankova.olya2002@yandex.ru

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ЗАКУПКИ ОПТОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Актуальность.** В современном мире оптовая торговля играет важную роль в экономике, обеспечивая поставку продукции и услуг на предприятия и организации. Однако для эффективного функционирования оптового предприятия необходимо уделять особое внимание деятельности по закупкам. Закупочная деятельность является ключевым звеном в цепи поставок и имеет прямое влияние на финансовые результаты компании, качество товара и уровень обслуживания клиентов.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Процессный подход к управлению подразумевает восприятие работы предприятия руководителем и сотрудниками как деятельности, состоящей из бизнес-процессов, нацеленных на конечный результат. Другими словами, игнорируется привычная организационная структура управления предприятием, при которой функции четко разделяются, закрепляются за отдельными подразделениями. Вместо этого функции и деятельность каждого подразделения сформулированы так, что имеют смысл лишь в контексте целой задачи или процесса, благодаря чему подразделениям становятся важны функции и результат параллельных структурных единиц, предшествующих и последующих звеньев деятельности, что ведет к осознанию ответственности за бизнес-процесс в целом [1].

Оптимизация и улучшение бизнес-процесса закупки играют важную роль в эффективном функционировании предприятия оптовой торговли. Для достижения оптимальных результатов необходимо провести анализ текущих процедур закупок, выявить узкие места и проблемные зоны. Затем можно разработать стратегию по оптимизации процесса, включая автоматизацию системы управления складом, использование программного обеспечения для учета товаров и улучшение коммуникации с поставщиками. Также следует активно работать над укреплением отношений с ключевыми поставщиками и пересмотреть условия договоров на предмет возможности снижения издержек. В результате проведенных изменений предприятие сможет повысить эффективность своих закупочных операций и получить конкурентное преимущество на рынке оптовой торговли.

Сегодня процесс закупки на предприятии оптовой торговли стал более сложным из-за изменений в потребительском спросе, глобальных рыночных трендов и развития новых технологий. В связи с этим возникает необходимость изучить современные методы закупок, инновационные подходы к выбору поставщиков, а также использование информационных систем для улучшения процесса закупок, которые будут направлены на исправление отдельных звеньев так, чтобы совершенствовать процесс в целом.

**Цель исследования:** изучить способы улучшения бизнес-процесса закупки товаров для оптового предприятия.

**Результаты исследования.** Для того чтобы выявить пути и возможности для совершенствования деятельности по закупкам на предприятии, рассмотрим этапы типового бизнес-процесса закупки, наглядная схема представлена на рис. 1.





Рис. 1. Этапы процесса закупок на предприятии

*Анализ потребностей и планирование закупок* включает в себя изучение спроса на товары, оценку текущего запаса товаров, а также учет сезонных колебаний спроса. Планирование закупок предполагает определение необходимого объема и видов товаров, установление бюджета на закупки, поиск надежных поставщиков и разработку графика поставок. Важным этапом является также проведение анализа рисков, связанных с изменениями спроса или цен на рынке. Точное планирование закупок поможет оптимизировать запасы товаров, минимизировать риски дефицита или избытка товаров, а также повысить эффективность процесса закупок в целом.

*Поиск и выбор поставщиков* являются ключевым этапом в бизнес-процессе закупки на предприятии оптовой торговли. Для успешной работы необходимо провести анализ рынка, выявить потенциальных поставщиков и оценить их надежность, качество продукции и услуг, цены, условия поставки. Эффективный подход к отбору поставщиков включает в себя оценку финансового состояния компании, ее репутации на рынке, наличие сертификатов качества. Отбор надежных и конкурентоспособных поставщиков позволит оптимизировать процесс закупок и обеспечить стабильное снабжение предприятия.

*Организация процесса закупок* играет ключевую роль в эффективном функционировании предприятия оптовой торговли. Она включает в себя определение потребностей предприятия, разработку стратегии закупок, выбор поставщиков и установление долгосрочных отношений с ними. Технологические инновации также могут значительно улучшить этот процесс, повысив его прозрачность и эффективность.

*Контроль качества поставляемой продукции* является сквозным этапом бизнес-процесса закупки на предприятии оптовой торговли. Для обеспечения высокого уровня качества продукции необходимо осуществлять систематический мониторинг поставщиков, а также проводить проверку качества поступаемых товаров. Это позволяет избежать проблем с возвратами и репутационными убытками. Для эффективного контроля качества необходимо разработать четкие критерии оценки и стандарты качества, проводить регулярные проверки, а также обучать персонал, ответственный за приемку товаров. Внедрение автоматизированных систем контроля также способствует повышению эффективности процесса контроля качества и уменьшению вероятности поставки некачественной продукции.

*Подготовка платежей и отчетности.* Важным этапом осуществления закупочной деятельности является совершение платежа, т. е. когда покупатель расплачивается за купленный товар. Основная схема сотрудничества между контрагентами построена на взаимоотношениях поставщика и покупателя, закрепляющих свое деловое партнерство соответствующими договорными обязательствами. Основными документами, разрабатываемыми организацией при решении вопросов коммерческой деятельности, являются договора; протоколы; доверенности; накладные; наряды; коммерческие акты; претензии и другие документы.

Одним из современных способов усовершенствовать бизнес-процесс закупки, показавших успешность применения, можно наблюдать в деятельности предприятия ООО «Инжиниринг Строительство Обслуживание». Тянущая система – это

информационно-материальный поток, который регулирует поставку необходимых ТМЦ в нужном количестве и в необходимое время на каждом этапе деятельности [2, 3].

В таблице 1 представлены элементы деятельности предприятия, их характеристики при внедрении тянущей системы, а также этапы бизнес-процесса, которые она совершенствует или облегчает.

**Выводы.** Таким образом, тянущая система будет способствовать совершенствованию бизнес-процесса закупки, так как данная концепция успешно вписывается в процессный подход к управлению, воздействует на деятельность предприятия в целом, при этом качественно влияет на изменение результатов функционирования отдельных этапов бизнес-процесса закупки: облегчается процесс анализа потребностей в ТМЦ; оптимизируется планирование закупок; значительно ускоряются этапы выбора поставщиков, учета и документации; контроль поставок становится прозрачнее и требует меньших временных затрат.

Таблица 1

**Характеристика тянущей системы закупки товаров**

Элемент	Тянущая система	Этап бизнес-процесса
Направление планирования	От последней стадии процесса в обратном порядке	Анализ потребностей в ТМЦ
Партии ТМЦ	Малые	Планирование закупок
	Закупка в соответствии со спросом заказчика. Ориентация на конкретного потребителя.	Планирование закупок
Закупочная стратегия	Небольшое число проверенных поставщиков; Частые поставки небольшими партиями	Выбор поставщиков
Информационные расходы	Низкие	Подготовка платежей и отчетности
Склады	Минимальные запасы с высокой оборачиваемостью	Контроль поставок
Страховые запасы	Минимальные	Контроль поставок
Контроль качества	Поставка качественных ТМЦ, контроль качества осуществляет поставщик	Контроль поставок

По итогам положительных изменений в этапах бизнес-процесса закупки ООО «ИСО», названных выше, значительно улучшились экономические показатели деятельности ООО «ИСО»: снизились издержки обращения, устранилась проблема затоваривания и излишних товарных запасов, увеличилась доходность продаж и, как следствие, рентабельность деятельности предприятия.

#### **Список литературы:**

1. Гайдукова, Е. Управление закупками: оптимизируем бизнес-процессы / Е. Гайдукова. – Текст: электронный. – URL: <https://www.comindware.ru/blog/procurement-management-business-process-optimization/> (дата обращения: 01.04.2024).
2. Малахов, В. Системный инжиниринг: толкающие проблемы вытягивающих систем / В. Малахов. – Текст: электронный. – URL: <https://ardexpert.ru/article/23724> (дата обращения: 01.04.2024).
3. Прохорова, А. А. Тянущая система подачи материалов / А. А. Прохорова, А.И. Куценко // Вектор развития современной науки: сборник статей VII Международной научно-практической конференции, Саратов, 25 ноября 2020 года. – Саратов: Научная общественная организация «Цифровая наука, 2020. – С. 69-76.

<sup>1</sup>Раймонд Сабуни, аспирант,  
<sup>2</sup>Макарова А. А., <sup>2</sup>Багрова И. В., <sup>2</sup>Рудакова А. И., студенты  
 Научный руководитель: <sup>2</sup>Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор  
<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ), РФ  
<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС), РФ  
 tiancong98@126.com, makarova.arishka@yandex.ru, makarova.arishka@yandex.ru,  
 Aleksadrar@list.ru

## ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ В ТАНЗАНИИ

В 1891 году была основана Железнодорожной компанией для Германской Восточной Африки с целью строительства железной дороги в Танзании. Для этой и последующих магистральных линий в немецкой колонии была выбрана ширина колеи 1000 мм (3 фута 3+3/8 дюйма). Железная дорога стандартной колеи имеет возможность перевозить тяжелые грузы на высокой скорости, в отличие от существующей железной дороги с метровой колеей. Железная дорога стандартной колеи в Танзании использует электровозы и может перевозить пассажиров и грузы со скоростью 160 километров в час. Новая железная дорога стандартной колеи призвана заменить старую, неэффективную железнодорожную систему метровой колеи, которая была построена немцами во времена колониализма.

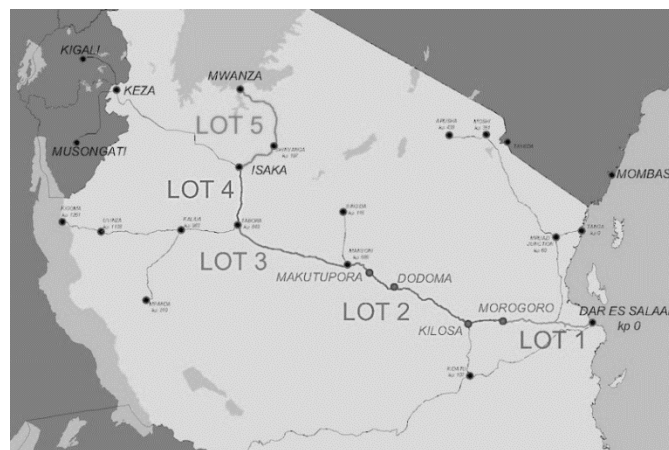


Рис. 1. Этапы проекта (Lot) стандартной железнодорожной колеи в Танзании

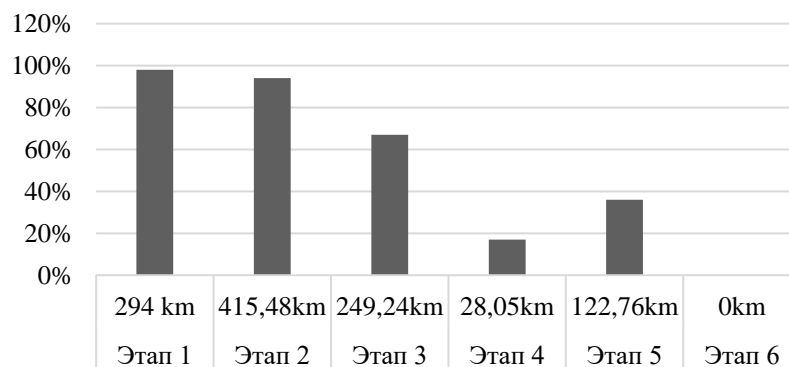


Рис. 2. Процент выполнения проекта железной дороги стандартной колеи по этапам (данные по состоянию на декабрь 2023 г.)

Из-за роста торгового оборота и расширения порта Дар-эс-Салам спрос на услуги железной дороги стандартной колеи был больше, чем когда-либо, поскольку порт Дар-эс-Салам обеспечивает ввоз до 90% торговли Танзании, а также является подъездным путем к шести странам, не имеющим выхода к морю страны, включая Малави, Замбию, Бурунди, Руанду и Уганду, а также восточную часть ДРК. Порт был реконструирован и углублен глубины в связи с повышением его эксплуатационных возможностей, проекты которого финансировались Всемирным банком. В рамках проекта также была улучшена железнодорожная платформа и перемычки внутри порта. В задачи проекта входит расширение логистических мощностей в порту Дар-эс-Салам и железнодорожных терминалах, повышение надежности железнодорожной инфраструктуры, усиление движения поездов [5, с. 3-4].

Генеральный план железных дорог Восточной Африки представляет собой предложение по обновлению существующих железных дорог, обслуживающих Танзанию, Кению, Уганду, и расширению их первоначально до Руанды и Бурунди, а затем до Южного Судана, Эфиопии и далее [4, с. 9]. Община приступила к строительству железнодорожной линии стандартной колеи на северном коридоре от Момбасы до Малабы с ответвлением на Джубу, Кигали и, в конечном итоге, на Бужумбуру. Строительные работы на кенийском участке уже начались, продолжаются закупки участков Уганда-Южный Судан и Уганда-Руанда-Бурунди.

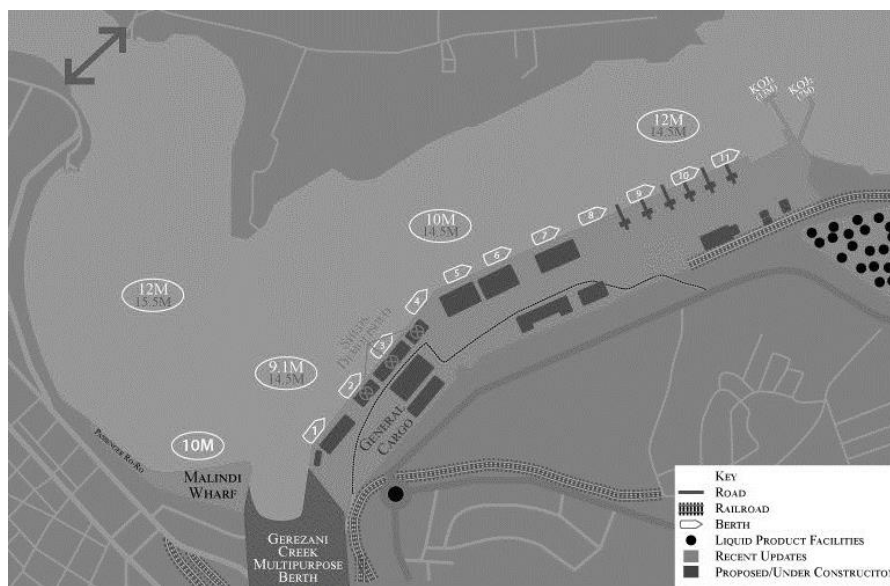


Рис. 3. Карта порта Дар эс салам и отремонтированных территорий в рамках проекта «Морские ворота»

Социально-экономическое развитие всех регионов мира в значительной степени зависит от железнодорожного транспорта. Ускоренному росту индустриализации и торговли, особенно в Европе, Северной Америке и Азии, всегда способствовали железнодорожные сети. Африканские железнодорожные сети характеризуются различной шириной колеи, а также множеством других отличающихся технических стандартов и спецификаций. Это привело к тому, что Африка оказалась неспособной развивать взаимосвязанные и функционально совместимые железнодорожные системы для большей части континента. Таким образом, было решено, что для преодоления этого препятствия все новые проекты развития железных дорог на континенте будут соответствовать стандартной ширине колеи.

Институциональная компетентность и потенциал являются важными факторами, определяющими эффективность работы поставщиков инфраструктуры в каждом

секторе, реструктуризацию рынка, участие и приватизацию частных лиц, создание независимых регулирующих органов и усиление конкуренции [3, с. 109]. Задержка в Фазе 1 от Дар-эс-Салама до строительства участка Морогоро. Эти задержки были вызваны коррупцией и финансовыми хищениями компании «Япы Меркези» в ходе реализации проекта, а также неэффективностью правительства Танзании в борьбе с коррупцией, которая была совершена компанией «Япы Меркези» некоторыми ее членами, получающими взятки от турецкой компании.

Под единой транспортной системой понимается существование различных видов транспорта, которые связаны между собой локально и взаимодействуют друг с другом при выполнении основных функций перемещения людей и товаров [1, с. 10]. Из-за неудовлетворительной работы порта Дар-эс-Салам и плохого состояния дорог транспортной логистике будет трудно достичь своей цели даже после завершения проекта, поскольку при транспортировке и доставке товаров и услуг используются все виды транспорта, и поэтому, если один вид транспорта отстает из-за плохой инфраструктура или неэффективные услуги, то транспортная логистика не сможет достичь своих целей [1, с. 11] [2, с. 5]. За исключением порта Дар-эс-Салам, дорожная инфраструктура очень плохая, один из недостатков железнодорожного транспорта заключается в том, что он не может обеспечить услуги «от двери до двери», и здесь на помощь приходит автодорожная инфраструктура, чтобы решить эту проблему, но дороги в Танзании и в регионе Восточной Африки находятся в очень плохом состоянии [2, с. 27].

В отличие от железной дороги стандартной колеи в Кении, которая работает на дизельном топливе, в Танзании будет электрической, в отличие от метровой колеи, которая была построена немецкими колонизаторами и используется уже более ста лет. Но зависимость гидроэлектроэнергии в Танзании привела к тому, что постоянно проблемы с электроснабжением, вызывали перебои, связанные со сложностями технического обслуживания и нехваткой воды, вызванной изменением климата. В качестве решения для обеспечения постоянного притока гидроэлектроэнергии правительство Танзании запустило два проекта, которые были признаны обеспечивающими электроэнергией железную дорогу стандартной колеи, а именно плотина Джулиус ньерере и энергетический проект на реке Руфиджи. Тем не менее, энергетический проект на реке Руфиджи, который обеспечивает 2 115 мегаватт электроэнергии, будет завершен в 2024 году.

Африканские страны должны создавать собственные финансовые институты для финансирования собственных проектов, в том числе транспортных и других проектов, связанных с развитием инфраструктуры. Зависимость от иностранных финансовых компаний оказалась пагубной для развития африканских стран, особенно с учетом того, что западные страны уже давно эксплуатируют африканские природные ресурсы, поэтому до тех пор, пока проекты развития Африки, включая транспортные инфраструктурные проекты, будут финансироваться западными финансовыми институтами, такими как Всемирный банк и Международный валютный фонд. В перспективе исследования и разработки, направленные на создание и строительство транспортной инфраструктуры восточноафриканского сообщества, должны быть интегрированы с другими важнейшими объектами инфраструктуры, такими как энергетическая инфраструктура, технологическая инфраструктура, экологическая инфраструктура и сети геофизических исследований. Общая политика должна быть разработана с акцентом на планирование и реализацию проектов по распределению расходов между Танзанией и другими соседними странами. Кроме того, приоритетное внимание к вопросам региональной интеграции и выработки гармонизированных стандартов позволит повысить эффективность качества перевозок.

**Список литературы:**

1. Амиров, М. Ш. Единая транспортная система / М. Ш. Амиров. – КноРус, 2012. – 117 с. ISBN 978-5-406-02542-0.
2. Неруш, Ю. М. Транспортная логистика: учебник для вузов / Ю. М. Неруш, С. В. Саркисов. – Издательство Юрайт, 2023. – 351 с. (Высшее образование) / ISBN 978-5-534-02617-7. Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/511197> (дата обращения: 29.12.2023).
3. Adero, N.J., & Aligula, E.M. (2012). Challenges Facing Transport Infrastructure in the East African Community. In African Research and Resource Forum: Research Networking and Regional Development Policy-Making in the East African Community (EAC), 90-113. Nairobi: ARRF.
4. East Railways Master Plan Study, CPCS, 2009, 68c. CPCS ref: 06089
5. Towards The African Integrated High Speed Railway Network (Aihsrn) Development, African Union, Addis Ababa, 5182450 –13 p.

Савенков А. А., студент

*Научный руководитель:* Чижова Н. Е., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*andrey.savenkow@mail.ru*

**ВЛИЯНИЕ СЕВЕРНОГО МОРСКОГО ПУТИ НА РЫНОК ТРАНСПОРТНЫХ  
УСЛУГ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Актуальность.** Глобальная торговля является одним из фундаментальных факторов работы международного производства, определяя потоки товаров и издержки. Изучение Северного Морского Пути (СМП) в свете неопределенности функционирования глобальной логистики, является актуальным для представления о тенденциях развития глобальных и российских рынков.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Тема исследуется такими учеными как Журавель В.П., Назаров В. П., Постников И. В., а также присутствуют статьи от крупной зарубежной газеты The Economist и доклады Счетной Палаты РФ.

**Целью исследования** является определение тенденция развития Северного Морского Пути.

**Результаты исследования.** СМП представляет собой национальную транспортную коммуникацию, проходящую вдоль северных берегов Российской Федерации и обладающую огромным потенциалом и значимостью для РФ и для всей глобальной экономики. Общие сведения о Севморпути представлена на рис. 1.

Исходя из данных рис. 1 можно сделать ряд выводов. На сегодняшний день это направление обеспечивает наиболее короткий путь из Европы в Азиатско-Тихоокеанский Регион, а также представляет собой объект спора России и ООН за право предоставления водам и проливам национального либо международного статуса.

Развитие Северного морского пути (СМП) является стратегической задачей для России с точки зрения экономики, права и безопасности. Арктический регион располагает значительными запасами полезных ископаемых: углеводороды (нефть и газ), другие полезные ископаемые (цинк, свинец, бриллианты, уголь, железная руда), также это среда для промышленного рыболовства. Несмотря на низкую плотность населения (0,1–0,2 человека на 1 км<sup>2</sup>), регион играет важное стратегическое (в экономике, безопасности и торговле) значение [2].



Рис. 1. Общие сведения о Северном Морском Пути [5]

Политизация торговли, рост санкций, расширение военных действий, изменение климата и т.д. – всё это влияет на современные традиционные торговые Пути. Активизация Хуситов в районе Красного Моря и пересыхание Панамского канала привели к росту дискуссий относительно судьбы современных торговых путей. В свете изменения глобального климата, а также удаленности СМП от точек геополитического противостояния, происходит рост актуальности развития Арктической торговли, которая способна не только обезопасить торговлю Европы и Азии, но и сократить торговые пути. Издание The Economist пишет о том, что в 2023 году произошел "перекос" на мировых торговых путях.

Например, транзит через Панамский канал, вследствие небывалой засухи в регионе (и обмелению озер), сократился на 30%. В конце декабря прошлого года, в январе текущего Суэцкий канал недополучает 40% трафика. Между тем, российский Северный морской путь (СМП), наоборот отчитался о резком росте транзитного потока вырос более, чем в 10 раз. При этом он не только полностью перекрыл падение 2022 года, но и установил новый абсолютный рекорд 2,1 млн. т, также заметен рост перевозок сжиженного природного газа (СПГ).

Среди лидеров растущего грузопотока компании ПАО «Новатэк» и ПАО «ГМК «Норильский никель». Серьёзный вклад также внес «Газпромнефть». В первую очередь именно расширение добычи нефти и газа дает толчок для инвестиций в регион.

Несмотря на рост, глобальная роль СМП все еще невелика, за 2023 год объем грузоперевозок составил около 38 млн. тонн, в то время как через Суэцкий канал проходит более 1 млрд. тонн. В первую очередь это связано с климатическими условиями и инфраструктурными преградами. Так, снесенная палата РФ отчиталась о возможном срыве увеличения грузопотока по Северному морскому пути до 80 млн тонн к 2024 году. [4]

Причина состоит в отсутствии у потенциальных крупных перевозчиков, например, «Востокугля» и «Нефтегазхолдинга», судов арктического класса, которые могут транспортировать грузы в акватории Севморпути. Несмотря на планы заказать необходимые суда на судостроительной верфи «Звезда», заказ может столкнуться с дефицитом производственных мощностей, которые не позволят выполнить заказ и, как следствие, с дефицитом судов ледового класса у компании.

Также инфраструктурные барьеры не позволяют в полной мере привлечь необходимое внимание: всего в Арктической зоне Россия имеет 18 портов, расположенных в 9 субъектах федерации. Все они нуждаются в серьезном государственном внимании, так как привлечь частный капитал в таких объемах будет чрезвычайно сложно, учитывая долгосрочный характер необходимых работ [3].

Примером развития инфраструктуры служит Северный Широтный Ход. Главный элемент СШХ — это железная дорога длиной 700 км от Салехарда до Надыма с мостом через Обь, которая соединит Северную и Свердловскую железные дороги. Проект также включает в себя развитие их инфраструктуры. Его реализация позволит подключить единую железнодорожную сеть страны к Северному морскому пути через Ямал. Фактически, это, помимо всего прочего, позволит решить ту же задачу, что и расширение Восточного полигона. Поэтому ресурсы на СШХ находятся и будут находиться дальше [1].

**Выводы.** Северный Морской Путь является одной из важнейших торговых артерий России, которая обладает огромным потенциалом с экономической, военной и стратегических сферах развития России. Современные тренды в торговле и рынке транспортных услуг, под воздействием ряда объективных факторов, формируют запрос на трансформацию международной логистики, повышая значимость СПМ.

Однако на сегодняшний день Севморпуть требует значительных государственных инвестиций, а также находится под воздействием климатических факторов, изменение которых происходит недостаточно быстро для быстрого развития направления. Помимо прочего, существует спрос на производительные силы, направленных на расширение ледокольного флота.

На сегодняшний день актуальность региона будет расти, что привлечет и иностранные инвестиции, но в ближайшее время развитие СПМ будет сопряжено в первую очередь с расширением добычи ископаемого топлива.

#### **Список литературы:**

1. Веретенников, Н.Н. Интеграционные аспекты управления морскими портами северного морского пути / Н.Н. Веретенников. – Текст: электронный // РЭиУ. – 2021. – №4 (68). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/integratsionnye-aspekty-upravleniya-morskimi-portami-severnogo-morskogo-puti> (дата обращения: 01.03.2024).
2. Журавель, В.П. Северный морской путь: настоящее и будущее / В.П. Журавель, В.П. Назаров. – Текст: электронный // Российский социально-гуманитарный журнал. – 2020. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/severnyy-morskoy-put-nastoyashee-i-budushee> (дата обращения: 01.03.2024).
3. Постников, И. В. Обзор текущего состояния инфраструктуры северного морского пути, прогнозы развития / И.В. Постников // Научный редактор. – 2023. – С. 59.
4. Цуканов, П. Счетная палата: рост грузопотока по СПМ до 80 млн. тонн может не состояться в срок. – Текст: электронный // ТАСС: [сайт]. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/7506115> (дата обращения: 08.04.2024).
5. Романова, С. Холодный Шелковый путь. – Текст: электронный. – URL: <https://archive.atomicexpert.com/cold-silkpath> (дата обращения: 08.04.2024).



Светлова А. С., студент  
Научный руководитель: Суворова С. Д., канд. экон. наук, доцент, доцент  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, РФ  
svetlova.as@edu.spbstu.ru

## ЗНАЧЕНИЕ «НОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ» В РАБОТЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ «БУЛОЧНЫХ Ф. ВОЛЬЧЕКА»)

**Актуальность.** «Ночная логистика» по сей день остается одним из наиболее действенных методов логистики, использование которой позволяет обеспечить бесперебойную торговлю. Её использование позволяет упростить процесс работы всей торговой сети, а также обеспечить эффективность ее снабжения.

**Цель работы:** исследование особенностей «ночной логистики» с точки зрения ее организации в конкретной торговой сети.

**Анализ последних исследований и публикаций.** На тему «ночная логистика» существует не так много научных исследований. Работа «Современные технологии ночной логистики» автора Драпеза А. А. посвящена особенностям «ночной логистики», ее положительным и отрицательным сторонам. В ней также представлены варианты для повышения её эффективности. Работа авторов Седова М. Т. и Ипполитова В. А. «Обоснование выбора средств разработки клиентской части модуля ИС для автоматизации бизнес-процесса «деятельность отдела ночной логистики» торгового розничного предприятия» посвящена рассмотрению «ночной логистики» на примере подразделения 051 ООО «Леруа Мерлен Восток» и предложению вариантов улучшения данной системы.

**Результаты исследования.** В настоящей статье были сформулированы особенности и отличительные черты «ночной логистики» на примере деятельности компании «Булочные Ф. Вольчека».

Для обеспечения бесперебойной работы торговых предприятий было создано большое количество разнообразных инструментов. Ключевым из которых выступает своевременное заполнение торговых предприятий свежими товарами. Для создания таких условий была изобретена так называемая «ночная логистика».

«Ночная логистика» – организация обеспечения торгового предприятия продуктами в темное время суток. В современном мире данный подход используется в большинстве крупных торговых сетей. В частности, такой фирмой выступают Булочные Филиппа Вольчека (далее – «Вольчек», «булочные»), открытые в городе Санкт-Петербург в количестве 157 подразделений [1].

Булочные необходимо обеспечивать продукцией, представленной в ассортиментной линейке, а это порядка 155 наименований. Так как булочные работают в течение всего рабочего дня и открываются рано утром, то вся продукция к 8 часам утра должна уже быть подготовлена к продаже. Поэтому в «Вольчеке» было принято решение о создании собственной схемы «ночной логистики» [1].

Вся необходимая продукция доставляется в торговые подразделения (далее – «булочные») в период с 23:00 до 6:00, причем разные виды продукции доставляются разными водителями-грузчиками. Замороженная продукция приезжает ближе к закрытию предыдущего дня, в то время как кондитерские изделия привозятся уже утром. У каждого водителя есть собственный ключ от булочных, в которые он направлен, соответственно, ему не нужно подстраиваться под рабочий график сотрудников булочных.

Сегодня, большинство предприятий общественного питания пользуются «ночной логистикой», так как это наиболее удобный и наименее затратный метод обеспечения

точек продукцией. Однако с течением времени у него были выявлены как плюсы, так и некоторые минусы.

Из преимуществ ночной логистики выделим следующие:

1. Быстрая скорость доставки, так как продукция доставляется в ночное время, когда автотрассы в основном пусты;
2. Более легкий временной контроль, время доставки можно регламентировать, так как оно не зависит от дорожной ситуации;
3. Минимальные издержки в связи с более простым контролем и организацией;
4. Нет необходимости прерывания обслуживания покупателей в течение рабочего времени булочной;
5. Рабочие и грузчики не мешают посетителям заведения.

Однако в «ночной логистике» присутствуют и некоторые минусы, в частности:

1. Более высокая заработная плата водителей-грузчиков;
2. Посторонние люди (грузчики) проникают в подсобное помещение булочной в рабочей одежде, что противоречит санитарным правилам;
3. Более сложный процесс довоза груза, так как водитель обязан обслужить несколько точек за один выезд;
4. Возможная поломка груза и, как следствие, приведение его в нетоварный вид;
5. Невозможность предугадать объем потребительского потока. (см. далее) [2].

В булочных «Вольчека» зарплата сотрудников зависит от выручки торгового подразделения за рабочий день. Поэтому на «ночную логистику» ложится задача предопределения спроса и количества посетителей булочной. Несмотря на то, что данная сеть булочных пользуется популярностью среди жителей, а также является своеобразным символом города Санкт-Петербург, некоторые точки, расположенные в спальных районах города, не обладают высокой проходимостью и рентабельностью. «Ночная логистика» должна обеспечить булочную таким количеством краткосрочной и долгосрочной продукции, чтобы потеря было как можно меньше.

Ежедневно в булочную привозятся кондитерские изделия, выпечка, хлеб и напитки. Однако число каждого наименования не фиксированно и разнится день ото дня. Это связано с тем, что в разные дни недели спрос на продукцию разный. Например, в выходные дни спрос на кондитерские изделия выше, чем в будние дни, следовательно, в субботу и воскресенье завоз тортов и пирожных выше.

Каждый водитель-грузчик обслуживает две торговые точки, в которые он каждую ночь должен доставлять продукцию. Ему выдается транспортная накладная, в которой четко прописаны все ассортиментные единицы и их количество, которое должно приехать на торговую точку. Однако следует учитывать, что по тем или иным обстоятельствам груз может пострадать в дороге, в следствие чего он будет возвращен на производство и не поступит в продажу. Поэтому на водителя ложится ответственность о сохранности груза в пути.

В любом аспекте работы предприятия в настоящий момент присутствует человеческий фактор, из-за чего неизбежны ошибки. Поэтому ежедневно работник булочной перед открытием проверяет количество пришедшей продукции и составляет отчеты, что занимает много времени и сил. Автоматизация этого процесса упростила бы работу всего предприятия в целом.

«Ночная логистика» обеспечивается за счет главного оборудования в каждой булочной – кассы. Задача сотрудника булочной в течение всего рабочего дня в момент окончания конкретного привозного наименования в булочной, отмечать в кассе, что оно продано полностью. К сожалению, кассовое оборудование не имеет функции внутреннего отчета проданной и оставшейся продукции, это работнику приходится делать самостоятельно, но с её помощью сигнал о том, что продукция пользуется

спросом и была раскуплена раньше начала скидочного вечернего периода. Таким образом, система создает заявку, и продукции будет привезено больше.

Однако в работе булочных есть некоторые особенности, которые касса не в силах отследить. Например, объем потребительского потока. На количество проданной продукции напрямую влияют погодные условия. В пасмурный выходной день будет минимальное количество покупателей, а в солнечный будний день – гораздо больше. В этом заключается один из недостатков «ночной логистики» – погода в Санкт-Петербурге переменчива, что сказывается на деятельности булочных [3].

Булочные Филиппа Вольчека сотрудничают с большим количеством благотворительных фондов, в которые ежедневно отправляется вся непроданная продукция. Однако, с точки зрения прибыльности компании, это такие же потери, которых должно быть как можно меньше. Поэтому в «Вольчеке» создается статистический сбор наиболее популярных позиций, которые заказываются в большем объеме.

«Ночная логистика» была внедрена в работу булочных почти с самого ее основания, и за годы существования была отлажена и настроена наиболее эффективным способом. Однако сеть расширяется, и на ночную логистику накладывается еще большее количество обязанностей. Следовательно, сеть нуждается и в новых сотрудниках, и в улучшении технического оборудования. Компания следит за инновациями в сфере ведения бизнеса, и внедряет новые системы в работу каждого подразделения.

Оценивая показатели доходности предприятия, можно сделать вывод о его состоятельности, ведь в денежном выражении фирма превосходит большую часть других сетей пекарен города. Это связано со сравнительно низкими ценами в булочных Вольчека по сравнению с конкурентами.

**Выводы.** «Ночная логистика» является самой эффективной из существующих в наши дни систем обеспечения торговых предприятий продукцией. С ее помощью обеспечивается работа всей сети булочных. Без нее возник бы ряд трудностей, связанных с интенсивным покупательским потоком, а также с работой сотрудников. В «Булочных Ф. Вольчека» схема «ночной логистики» организована и отлажена, однако есть некоторые аспекты, которые нуждаются в улучшении с целью более успешной деятельности организации.

#### Список литературы:

1. Булочные Вольчека // Сайт компании «Булочные Ф. Вольчека». – URL: <http://fvolchek.ru/> (дата обращения 5.03.2024)
2. Ночной логист: тонкости профессии. – Текст: электронный // Новостной портал «Новосибирск онлайн». – URL: <https://ngs.ru/text/gorod/2014/05/26/1814011/>
3. Гуляев, А. В. Определение основных факторов, оказывающих влияние на покупательский спрос, учитываемых при прогнозировании продаж / А.В. Гуляев // Развитие современной науки и технологий в условиях трансформационных процессов. – 2023. – С. 374-382. (дата обращения 5.03.2024)

Сорокотягин И. И., студент  
Научный руководитель: Чижова Н. Е., канд., экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
sorokotyagin.123@icloud.com

## ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

**Актуальность.** Глобализационные процессы, протекающие сегодня во всем мире, и бурное развитие информационных технологий привели к появлению информационного общества, где информация становится одним из производственных факторов экономики и залогом ее успешного развития.

Сегодня Российская Федерация берет курс на создание информационного общества, ориентированного на интересы людей и обеспечивающий свободный доступ к информации и знаниям. В обществе человек имеет все возможности для успешной самореализации, что способствует личному и общественному улучшению уровня качества жизни.

Основной задачей развития информационного общества в РФ является содействие каждому человеку, на основе широкого использования современных компьютерных технологий, возможностей создавать информацию и знания, пользоваться и обмениваться ими, производить товары и оказывать услуги [1].

Выход РФ на один уровень с развитыми странами в мировом информационном пространстве напрямую зависит от формирования информационного пространства, основу которого составляет рынок информационных продуктов и услуг. Этот рынок на сегодняшний день недостаточно изучен, хотя играет огромный потенциал и важную роль в развитии всего государства. Поэтому исследование данной сферы достаточно актуально и необходимо в современных условиях. Ведь коммерческие основы информационного обслуживания требуют разработки определенной рыночной стратегии. Поэтому закономерным следствием распространения информационного бизнеса стало выделение из общей концепции маркетинга товаров массового спроса и товаров производственного назначения самостоятельного направления – маркетинга информационных продуктов и услуг.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы информационного рынка и маркетинга информационных продуктов и услуг исследуются в трудах таких ученых, как С. Ф. Лазарева [1], Л. Г. Мельник [2], Ф. Котлер [1], С. С. Гаркавенко [2], Н. С. Илляшенко [3]. Ими очерчена суть маркетинга информационных продуктов и услуг и условия его функционирования, охарактеризованы отношения между производителями и потребителями информационных услуг. Но недостаточно внимания уделено особенностям использования маркетинга информационных продуктов и услуг в современных условиях хозяйствования.

**Цель исследования** – показать сущность базовых категорий маркетинга информационных продуктов и услуг, его принципов и методов, главных инструментов и технологии изучения рынка и организации маркетинговой деятельности; рассмотреть процесс осуществления маркетинговых исследований в условиях информационного рынка; описать методы сбора данных в информационной сфере.

**Результаты исследования.** Бурное развитие информационных технологий в последнее десятилетие настолько изменило все сферы человеческой деятельности, что сегодня даже трудно представить жизнь человека без Интернета и компьютерных технологий. Информатизация экономических действий диктует новейшие правила и просит построения новейших рыночных стратегий и способов ведения бизнеса. В

частности, и на вновь созданном рынке возникших информационных товаров и услуг как закономерный этап развития информационного общества. Это, в свою очередь, привело к отграничению и отдельной отрасли маркетинга – маркетинга информационных товаров и услуг.

Как и всякая новая научная теория, маркетинг информационных товаров и услуг пока характеризуется отсутствием определенной системности и неоднозначностью определений. В частности, основным вопросом является, является ли маркетинг информационных товаров и услуг тождествен информационному маркетингу? Разграничиваем эти понятия в соответствии с их сущностным наполнением. Да, существуют следующие определения информационного маркетинга [2]:

это направление маркетинга, занимающегося редизайном, раскруткой и поддержкой сайтов, размещением баннеров; это и маркетинг в сфере информационных технологий, и деятельность, направленная на сбор и проработку маркетинговой информации; это маркетинг всевозможных информационных систем, их использование в продвижении товаров; это маркетинг в Интернете; это совокупность технологий по управлению сбытом информационных товаров, предполагающая продвижение широкого диапазона услуг и продуктов;

это деятельность, связанная с продвижением не товаров и услуг, а идей и взглядов (в этом случае информационный маркетинг отождествляется с некоммерческим).

Поскольку маркетинг включает изучение рынков сбыта, потребностей потребителей, полное их удовлетворение и информирование потребителей о продукции, то можем четко разграничить: маркетинг отвечает за сбыт и реализацию товара, а информационный маркетинг – за донесение информации до потребителя. Таким образом, информационный маркетинг включает в себя информационное обеспечение маркетинга в процессе создания и продвижения на рынок продуктов, не обязательно информационных, тогда как маркетинг информационных товаров и услуг – удовлетворяет именно информационные потребности потребителей. Сюда относятся все информационные продукты и услуги, используемые потребителем при осуществлении разного рода деятельности.

Рынок информационных товаров и услуг – это сравнительно новая сфера предпринимательской деятельности, основанная на системе правовых, экономических и организационных отношений и ориентированная на торговлю информационных товаров и услуг на коммерческой основе [3]. Деятельность информационных компаний подчиняется всеобщей теории маркетинга: производить не то, что может производить компания, а то, что необходимо потребителю для улучшения качества его жизни. Некоторые отличия маркетинга информационных товаров и услуг от информационного маркетинга обусловлены объектом его применения – рынком информационных товаров и услуг, уровень монополизации, уровень организованности и контролируемости, который в последнее время активно растет. В отличие от информационного маркетинга, маркетинг информационных товаров и услуг нацелен на тысячную аудиторию, а не миллионную, и методы его внедрения находятся на начальном этапе развития.

Для того чтобы обеспечить потребителя качественными информационными товарами и услугами, производители вынуждены учитывать тенденции, формируемые в смежных отраслях информационного рынка. Все сферы рынка информационных товаров и услуг тесно связаны между собой, поэтому развитие одних влечет за собой ответную реакцию у других, что достаточно выгодно для потребителей, поскольку это обеспечивает им всесторонний спектр информационных товаров и услуг, а также их конкурентную стоимость. В последние годы в маркетинге информационных товаров и услуг прослеживаются следующие тенденции:

потребители информационных товаров и услуг принимают прямое участие в формировании маркетинговых программ;

применяется профессиональная разработка маркетинговых программ.

В разработке маркетинга информационных товаров и услуг базовой основой выступают маркетинговые исследования, предусматривающие последовательное накопление базы данных для формирования и реализации маркетинговой стратегии деятельности компании. Таким образом, они проводятся в случае необходимости формирования программ информатизации, анализа их состояния, разработки новых продуктов, усовершенствования имеющейся продукции, выявления новых путей сбыта.

После формирования баз данных полученной в процессе сбора информации начинается четвертый этап маркетингового исследования рынка информационных товаров и услуг – анализ собранной информации. На этом этапе используются статистические методы обработки информации, в результате чего информация группируется и подается в более легком для восприятия виде – таблицах, схемах, графиках и рисунках. Этот этап очень важен, поскольку результаты аналитической работы будут служить основой для управленческих решений, принимаемых руководством компании. Поэтому следует привлекать квалифицированных работников, которые смогут провести качественную аналитическую работу. На последнем этапе оформляется отчет по результатам исследования, при подготовке которого следует избегать ряда ошибок, в частности: неактуальность и неточность данных, неправильность построения выборки, небрежное отношение респондентов и интервьюеров к фиксации ответов, неудачно подобранные методы анализа и обработки информации.

**Выводы.** Таким образом, маркетинговые исследования в информационной среде особенно важны для изучения рынка сбыта и поведения потребителей. Это позволяет производить продукцию в соответствии с информационными потребностями потребителей.

Рост роли информации в экономических процессах привел к перестройке основ ведения бизнеса, в частности в сфере информационных технологий. Появление маркетинга информационных товаров и услуг свидетельствует о формировании информационного рынка и необходимости продвижения продуктов на нем. Необходимо осуществлять информирование потребителей о преимуществах программных продуктов, поскольку часто они не очевидны. Таким образом, формируется спрос пользователей на необходимую продукцию. Особенности информации и ее специфика как объекта исследований требует специально подхода к ее сбору и изучению.

Для этого используется ряд методов, среди которых исторический, наблюдений, экспериментов, опроса, глубинного интервью, выборочный, групповые дискуссии, панельные обследования. Развитие информационных технологий не стоит на месте, поэтому возникает необходимость в проведении практических исследований показателей рынка информационных товаров и услуг РФ с целью определения емкости рынка, потенциальных рынков сбыта, потребностей и интересов потребителей, что в дальнейшем позволит производителям определить стратегию развития на рынке информационных товаров и услуг.

#### **Список литературы:**

1. Лазарева, С. Ф. Экономика и организация информационного бизнеса / С. Ф. Лазарева // Учеб. пособие. – СПб.: Альтаир, 2012. – 667 с.
2. Мельник, Л. Г. Информационная экономика. / Л. Г. Мельник. – Пермь: ИТД «Университетская книга», 2021. – 288 с.

3. Семенюк, С. А. Информационный маркетинг и развитие информационного рынка в РФ / С. А. Семенюк //Уральский экономический вестник. – 2021. – №4 (3). – С. 102-108.

Тихонов А. А., студент

Научный руководитель: Каримова С. А., канд. экон. наук, доцент  
Альметьевский государственный нефтяной институт, РФ  
tihonovartyom27@gmail.com

## ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ WILDBERRRIES

**Актуальность** темы обусловлена значимостью эффективного управления конкурентоспособностью предприятия в условиях современного рынка. В связи с усилением конкуренции и развитием технологий, компании вынуждены постоянно анализировать и оценивать свои позиции на рынке, чтобы удерживать и укреплять свои позиции. Выбор компании Wildberries в качестве примера обусловлен ее лидирующим положением на российском рынке онлайн-торговли, что делает ее одним из ключевых игроков, за которым стоит наблюдать с точки зрения конкурентоспособности.

**Анализ последних исследований и публикаций** по теме указывает на то, что вопрос оценки конкурентоспособности компании Wildberries практически не получил должного внимания и детального исследования. В большинстве публикаций организация анализируется в контексте её успеха и роста, но не рассматривается на более глубоком уровне конкурентного анализа. Это оставляет пространство для дальнейших исследований, которые могут помочь в более точной оценке стратегических преимуществ и вызовов, с которыми сталкивается компания.

**Целью исследования** является оценка конкурентоспособности компании Wildberries и выработка рекомендаций по укреплению ее позиций на рынке онлайн-торговли.

**Результаты исследования:** Конкурентоспособность – это способность компании успешно конкурировать на рынке с другими «игроками», предлагая потребителям товары или услуги, которые удовлетворяют их потребности лучше, чем продукты конкурентов.

В условиях нынешней эры интернет-торговли, характеризующейся бурной конкуренцией, Wildberries, без сомнения, является одной из ключевых фигур на российском рынке онлайн-продаж. Согласно последним данным, оборот товаров Wildberries продемонстрировали значительный рост.

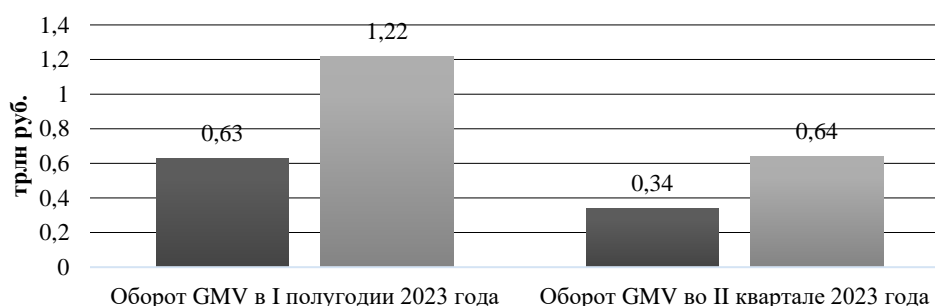


Рис. 1. Оборот продаж товаров и услуг (GMV) в I полугодии и во II квартале 2023 года [5]

Несмотря на то, что на рынке онлайн-торговли с каждым годом появляется все больше и больше конкурентов, что несомненно создает дополнительное давление на платформу, нельзя не отметить, что Wildberries сохраняет свою позицию на рынке маркетплейсов и успешно удерживает клиентскую базу, поддерживая ее своей прочной репутацией и доверием покупателей.

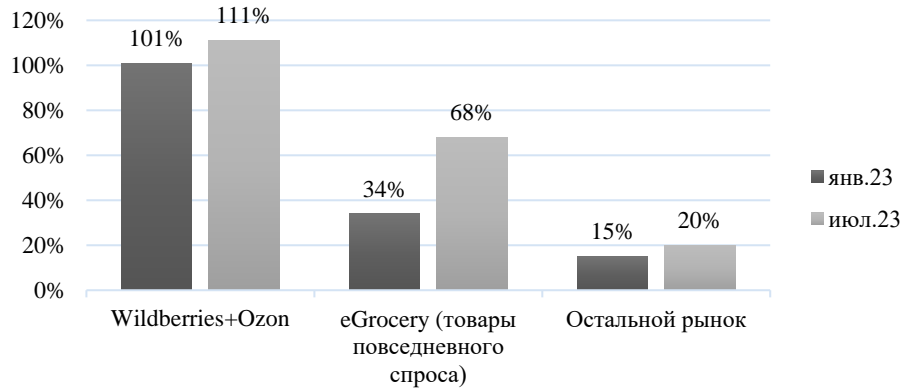


Рис. 2. Рост количества заказов на онлайн платформах за 2023 год [7]

Против компании было введено большое количество санкций, однако, они существенно не повлияли на её деятельность. Изначально компания испытывала небольшие трудности в области международной логистики. Однако, несмотря на это, Wildberries активно взялась за решение данных проблем, вкладываясь в оптимизацию данных процессов и нахождение обходных путей. До марта 2022 г. Wildberries имел представительства в 18 странах мира. Но после начала СВО компания прекратила работу в недружественных западных странах. Ниже приведена территориальная сегментация компании Wildberries.

Значительный имущественный ущерб предприятию нанес пожар в Шушарах, произошедший с 13 на 14 января. Эксперты расходятся в оценке экономических последствий. Однако, по данным Всероссийского союза страховщиков он составил не менее 10 млрд. рублей. По мнению председателя комитета по развитию электронной коммерции ТПП РФ Алексея Федорова, последствия пожара не будут для Wildberries критичными.

Также, исходя из различных факторов, была проведена оценка конкурентоспособности фирмы и ее конкурентов на российском рынке.

Таблица 1  
Оценка конкурентоспособности фирмы и ее конкурентов на российском рынке с учетом различных факторов конкурентоспособности

П/П	Факторы конкурентоспособности	Wildberries	Ozon	Яндекс. Маркет	Сбермегамаркет
I	Продукт	131/160	114/160	116/160	118/160
II	Цена	37/50	32/50	35/50	34/50
III	Условия сбыта	49/60	41/60	44/60	46/60
IV	Продвижение продукта на рынок	69/90	60/90	67/90	62/90
	Итого	286/360	247/360	262/360	260/360

Так, можно сказать, что на основе различных факторов, компания Wildberries является наиболее конкурентоспособной на российском рынке с достаточно большим отрывом по итогам подсчета баллов.



**Выводы.** Итак, компания Wildberries продемонстрировала высокую конкурентоспособность на рынке онлайн-ритейла благодаря эффективному управлению, инновациям, разнообразному ассортименту и клиентоориентированному подходу. Внешняя среда также способствует ее успеху, создавая благоприятные условия для развития. Однако, для поддержания высокой конкурентоспособности, компания должна продолжать следить за изменениями во внешней и внутренней среде и адаптироваться к ним.

#### Список литературы:

1. Федотова, Ю.Г. Влияние ESG – рисков на процесс обеспечения качества услуг в нефтегазовой отрасли / Ю.Г. Федотова, С.А. Каримова // Материалы XII Международной научной конференции «Современные тенденции и инновации в науке и производстве»; Редколлегия: Т.Н. Гвоздкова (отв. редактор), С.О. Марков [и др.]. Междуреченск, 2023. – С. 279-2 – 279-4.
2. Арбатская, Е.А. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия / Е.А. Арбатская // Известия ИГЭА. – 2015. – № 1 (81). – С. 118-121.
3. Даниленко М.И., Илюхина Ю.В. Инновационная деятельность предприятия и пути её совершенствования / М.И. Даниленко, Ю.В. Илюхина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 6-1. – С. 98-101.
4. Шуваев, М. А. Методика оценки конкурентоспособности строительных предприятий / М. А. Шуваев // Экономические и гуманитарные исследования регионов; 2012. – №3. – С. 201.
5. Оборот Wildberries в первом полугодии составил 1,22 трлн рублей – Текст: электронный // Сетевое издание ведомости: официальный сайт. – 2023. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/09/15/995461-oborot-wildberries-pervom-polugodii> (дата обращения: 21.01.2024)
6. Wildberries оценил потери бизнеса от украинских санкций – Текст: электронный // Сетевое издание ведомости: официальный сайт. – 2023. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2021/07/27/879764-wildberries-otsenil-poteri-biznesa-ot-ukrainskih-sanktsii> (дата обращения: 21.01.2024)
7. Онлайн продажи в России: тренды 2023. – Текст: электронный // Data Insight. – 2023. – URL: [https://datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_FedorVirin\\_ProMarketplaces\\_2023.pdf](https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_FedorVirin_ProMarketplaces_2023.pdf) (дата обращения: 21.01.2024).

<sup>1</sup>Туркменов И. О., <sup>1</sup>Попов С. В., <sup>1</sup>Хуснутдинов А. И., аспиранты

<sup>2</sup>Рахмадалиева А. М., студент

*Научный руководитель:* <sup>1</sup>Куренков П. В., д-р экон. наук профессор

<sup>1</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

<sup>2</sup>Самарский колледж железнодорожного транспорта (СамКЖТ)

*i.turkmenov@samgups.ru, Prof9270005226@gmail.com, pkssamgups@yandex.ru,*

*pkssamgups@yandex.ru*

#### **К ВОПРОСУ О МЕЖПОЕЗДНЫХ ИНТЕРВАЛАХ НА ВОСТОЧНОМ ПОЛИГОНЕ ОАО «РЖД» И СПОСОБАХ ИХ ОПТИМИЗАЦИИ**

В условиях растущих потребностей населения в перевозках необходимо совершенствовать систему железнодорожного транспорта. В этой связи одной из главных задач является обеспечение эффективности грузоперевозок.

Восточный полигон железной дороги – это производственно-технический комплекс железнодорожного транспорта, существующий на территории России. Он играет важную роль в экономике страны и обеспечивает производственную деятельность большого количества предприятий на его территории.

Глава государства поручил Правительству РФ до 1 декабря представить предложения по реализации III этапа развития Восточного полигона с учётом имеющихся трудовых и производственных ресурсов. Третий этап развития Восточного полигона подразумевает увеличение пропускной способности к 2032 году с 180 млн до 255 млн тонн грузов [6].

Один из основных факторов, влияющих на эффективность работы восточного полигона железной дороги, – это межпоездные интервалы. Уменьшение их позволит увеличить число отправок поездов и, следовательно, удовлетворить спрос на перевозки.

Согласно докладу премьер-министра Российской Федерации Михаила Мишустина на Международном форуме «Транспорт России» пропускная способность Восточного полигона железных дорог составляет 173 млн. тонн. Сокращение межпоездных интервалов на восточном полигоне железной дороги может оказать положительное влияние на его производительность. Уменьшение времени ожидания поездов между отправлениями позволит увеличить пропускную способность и эффективность работы железной дороги [1].

Благодаря сокращению межпоездных интервалов, поезда смогут двигаться быстрее и без остановок, что приведет к увеличению транспортной мощности и уменьшению времени доставки грузов или пассажиров. Это в свою очередь способствует увеличению производительности восточного полигона железной дороги и повышению его конкурентоспособности на рынке перевозок.

Однако необходимо учитывать, что сокращение межпоездных интервалов требует тщательной организации и координации работы железнодорожного транспорта, а также обеспечения безопасности движения поездов. Также возможно потребуются внедрение новых технических решений и модернизация инфраструктуры для обеспечения бесперебойной работы системы.

В данной работе для уменьшения межпоездных интервалов рассматривается интеллектуальной системы интервального регулирования движения поездов на базе бессветофорной технологии.

Эта система позволяет автоматически регулировать интервалы между поездами, исключая необходимость использования традиционных светофоров.

Эффективность такой системы заключается в ее способности обеспечивать более плавное и рациональное движение поездов, уменьшая задержки и оптимизируя использование железнодорожной инфраструктуры. Бессветофорная технология позволяет автоматически управлять движением поездов на основе данных о их текущем положении, скорости и расстоянии между ними.

На текущий момент весь Восточный полигон оснащён цифровой радиосвязью 160 МГц (Рисунок 1), что даёт возможность применить технологию «Виртуальная сцепка» на всем полигоне.

ВСЦ поезда следуют по участку в режиме «Автоведение».

Для обеспечения минимальных интервалов между «Виртуальным ведущим» и «Виртуальным ведомым» поездами, ведомый поезд проследует светофор с желтым огнем со скоростью, определяемой устройствами безопасности. Допускается проследование ведомым поездом в режиме автоведения светофора с одним желтым огнем со скоростью более 60 км/ч, но не более 80 км/ч [2].

Перевод системы автоведения в режим «Советчик» выполняется при:

проверке тормозов поезда на эффективность;  
следовании по участкам с затяжными спусками с уклоном более 10 ‰ (для ведомого поезда);  
следовании с подталкивающим локомотивом или на двойной тяге;  
прибытии поезда на станцию (до реализации функции прибытия в режиме «Автоведение» в программном обеспечении);  
следовании по участкам, оборудованным автоблокировкой с подвижными блок-участками без проходных светофоров АБТЦ-МШ (до реализации соответствующей функции в программном обеспечении).

Места, где запрещается использовать ВСЦ в режиме «Автоведение», должны определяться приказом начальника железной дороги и соответствовать приказу об установлении норм масс и длин пассажирских и грузовых поездов [2]. Применяемые на полигоне системы автоблокировки не влияют на порядок следования ВСЦ поездов.

АО «НИИАС» было проведено комплексное обследование участковых станций Забайкальской железной дороги по организации магистрального пропуска поездов по технологии «Виртуальная сцепка». В ходе обследования была рассмотрена работа четного парка станции Карымская, работа станций Чернышевск, Могоча, Магдагачи, Белогорск. Проведены совещания с машинистами-инструкторами и руководителями эксплуатационных локомотивных депо Карымская, Чернышевск, Могоча, Амурское (Магдагачи), Белогорск.

Несмотря на то, что общее количество локомотивов, оборудованных для использования по технологии «ВСЦ» составляет на данный момент не менее 90% от эксплуатируемого парка грузовых локомотивов серии 3ЭС5К на полигоне Карымская – Находка, количество поездов, отправляемых с участковых станций по данной технологии, остается неудовлетворительно низким. Проведенным анализом выявлено, что по технологии «ВСЦ» с участковых станций отправляется 10 – 15% поездов от общего их количества [5]. Этому способствуют как общие факторы, характерные для всех станций и локомотивных депо, так и местные, характерные только для указанной станции. К общим факторам, оказывающим влияние на количество поездов, отправляемых по технологии «ВСЦ», следует отнести: устаревший к настоящему времени технологический процесс. Разработанный в 2019 году и действующий до настоящего времени технологический процесс не подразумевал массовости применения технологии «ВСЦ» из-за низкого количества оборудованных локомотивов. Регламент объединения поездов является достаточно громоздким и неудобным для массового применения. Учитывая текущее оснащение локомотивного парка, а также предполагаемую массовость применения технологии ВСЦ предлагается внести изменения и дополнения в действующий техпроцесс с целью упрощения регламента, а также уточнения ролей оперативно-диспетчерского персонала (ДСП, ДНЦ, ТЧД); недостаточное уделение времени работе с локомотивными бригадами, особенно прикомандированными со стороны командно-инструкторского состава локомотивных депо, как следствие – наличие выпуск на линию локомотивных бригад, не умеющих работать с ИСАВП-РТ-М и УСАВПГ. При этом в центральную дирекцию тяги от линейных предприятий поступают отчеты о 100% локомотивных бригад, прошедших обучение работе с системой ИСАВП-РТ-М; недостаток картриджей РПДА в локомотивных депо для обеспечения всех локомотивных бригад, отсутствие переходного запаса, а также; низкое качество обучения локомотивных бригад как работе с системой УСАВПГ, так и с системой «Виртуальная сцепка».

Как следствие – 90% локомотивных бригад, умеют только включать и выключать режим «автоведение», не имеют практических навыков по заданию и подстройке параметров системы, таких как «запрет тяги», «запрет торможения», «оперативное

ограничение скорости» и т.п. Отсутствие мотивации локомотивных бригад к использованию системы автоведения поезда, отсутствие тренажеров для отработки и закрепления практических навыков работы с системой автоведения также не способствуют обретению таких навыков локомотивными бригадами. Из всех локомотивных депо только в депо Могоча имеется тренажер, на котором имеется возможность отработки практических навыков управления ведомым поездом, следующим в режиме «Автоведение».

1) Несмотря на то, что за последние 3 года качество работы системы автоведения значительно улучшилось, периодически выявляются проблемные места, в которых автоведение ведет себя некорректно. Это связано в первую очередь с недостатками электронных карт УСАВПП. К сожалению, обратная связь с разработчиками УСАВПП практически отсутствует, что также создает определенные трудности в выявлении и ликвидации подобных мест.

Основной задачей технологии ВСЦ является обеспечение оптимального режима движения поездов с минимальным межпоездным интервалом, а за счет этого повышение пропускной способности железнодорожной линии [3]. Основными преимуществами технологии являются: окращение межпоездного интервала; величение пропускной способности железнодорожной линии без необходимости строительства новых главных путей; тсутствие необходимости в формировании поездов повышенной массы и длины (свыше нормативной длины).

В 2021 году система интервального регулирования была внедрена на участке Большой луг - Слудянка, данная технология позволила сократить интервал попутного следования в 2 раза с 10 до 5 минут, что позволило увеличить пропускную способность на 20 пар поездов в сутки. В ноябре 2022 года по технологии «Виртуальная сцепка» на Восточном полигоне железных дорог было организовано 1514 поездов, а всего за 2022 год 10 749 поездов, что на 2500 поездов больше, чем в среднем в 2020 и в 2021 годах [5]. На примере участка Мариинск - Находка Восточная, при стартовом значении 15 пар поездов ВСЦ в сутки, общий эффект от реализации технологии составит 211 704 518 руб.

К концу 2022 года количество ежедневно формируемых по этой технологии поездов выросло с 5 до 21. Интервал следования составов в «виртуальной сцепке» составляет в среднем 10 минут [5].

Дальнейшее развитие технологии позволит формировать виртуальные составы из трёх и более поездов, что снизит межпоездной интервал до 6-8 минут и значительно повысит пропускную способность магистрали.

#### **Список литературы:**

1. Стратегия развития Холдинга «РЖД» на период до 2030 года. – М: ОАО «РЖД», 20.12.2013 г.
2. Совершенствование договорного регулирования: социальное партнерство (коллективная монография). – М.: Институт экономики РАН, 2003.
3. Розенберг, И.Н. Интеллектуальные системы управления движением поездов / И.Н. Розенберг, Е.Н. Розенберг // Экономика железных дорог. – 2016. – №8. – С. 9-16.
4. Розенберг, Е.Н. Многоуровневая система управления и обеспечения безопасности движения поездов // Диссертация 05.13.06, доктор технических наук. – 2004. – 162 с.
5. О стратегии развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 г.: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.06.2008 №877-р .
6. Технологический процесс организации движения поездов с использованием технологии интервального регулирования «Виртуальная сцепка» на участках Мариинск

– Тайшет – Карымская – Хабаровск II – Находка-Восточная и Междуреченск – Тайшет  
– Таксимо Красноярской, Восточно-Сибирской, Забайкальской и Дальневосточной  
железных дорог. – М.: 2023. – 41 с.

<sup>1</sup>Тянь Цунь, <sup>1</sup>Ван Вэйнань, аспиранты,  
<sup>2</sup>Карно Д. М., <sup>2</sup>Пестрякова А. А., студенты  
*Научный руководитель:* <sup>2</sup>Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор  
<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)  
<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)  
*tiancong98@126.com, 1339909196@qq.com, korjjev@mail.ru,  
nastypestriackova@gmail.com*

### **МЕТОДЫ АНАЛИТИКИ ЛОГИСТИКИ ГРУЗОВ КИТАЙ-ЕВРОПА**

Совместное строительство «Морского шелкового пути 21 века» и «Экономического пояса Шелкового пути» было предложено председателем КНР Си Цзиньпином. Строительство "Пояса и пути" имеет большое практическое значение для построения сообщества с общим будущим для человечества. Это важная мера для Китая по расширению открытости и углублению реформ в новую эпоху. Это практическое действие моей страны для укрепления международного сотрудничества и улучшения глобального управления. Практика показывает, что «Один пояс, один путь» постепенно опережает процесс экономической глобализации. В настоящее время Китай является вторым по величине торговым партнером ЕС, а ЕС является крупнейшим торговым партнером Китая. Поскольку Китай и ЕС совместно участвовали в строительстве «Пояса и пути», доля двусторонней торговли между Китаем и ЕС в их соответствующей внешней торговле еще больше увеличилась, а значение торговли между Китаем и ЕС в экстерриториальной торговле ЕС торговля стала более заметной [1].

Временные затраты на транспортировку груза определяются как величина изменения стоимости товара с течением времени в процессе транспортировки. Величина изменений зависит от времени, рынка и других факторов [2].

Временная стоимость товаров будет варьироваться в зависимости от различных факторов, таких как район перевозки, интервал перевозки, способ перевозки, расстояние перевозки и категория груза.

Вообще говоря, существуют различия в уровне экономического развития, промышленной планировки и распределения ресурсов на разных интервалах транспортировки, и рыночные цены товаров на разных интервалах или направлениях транспортировки также будут разными. Для экономически развитых районов общество предъявляет более строгие требования к своевременности поступления товаром. Поэтому и владелец товара будет готов потратить больше на скорейшее поступление. Этого можно достичь, по крайней мере, за счет изменения региональной рыночной цены товара, отражающей временную стоимость товара [3].

Различные способы транспортировки имеют разную скорость перевозки, стоимость перевозки и качество перевозки. Для одного и того же вида товаров выбор различных способов транспортировки также будет иметь разное время перевозки и стоимость перевозки. Затраты также будут различаться [4].

Различные методы транспортировки и типы товаров имеют разные экономические расстояния, и только в пределах их разумных расстояний транспортировки могут быть получены наилучшие транспортные выгоды.

Существуют различия во временной стоимости различных видов товаров. Например, электронные товары, которые обычно имеют характеристики высокой стоимости, быстрого обновления рынка и быстрой амортизации, поэтому, чем быстрее электронные товары поступают и выходят на рынок, тем выше может быть получена прибыль [5].

На основе сортировки и обобщения источников товаров для грузовых поездов Китай-Европа в данном исследовании источники товаров для исходящих грузовых поездов Китай-Европа разделены на два типа: тип приоритета по времени и тип приоритета груза на основе характеристик товаров. Определения, характеристики и конкретные категории различных видов товаров приведены в таблице 1.

Таблица 1

Классификация грузов на экспрессе Китай-Европа на основе характеристик груза [6]

Вид товара	определение	Функции	Категории товаров
Приоритет определяется временем	Когда такие грузы перевозятся через экспресс-поезд Китай-Европа, грузовладелец отдает приоритет времени транзита товара (чем быстрее, тем лучше), а затем ставке фрахта.	С течением времени, из-за быстрого технологического обновления, неопределенности рынка, сезонного спроса и других причин, обесценивание товаров происходит относительно быстро.	Механические аксессуары, электронные изделия, пресс-формы, бытовая техника, легкие предметы роскоши
Приоритет определяется стоимостью доставки	Когда такие грузы перевозятся через экспресс Китай-Европа, грузовладелец отдает приоритет ставке фрахта (чем дешевле, тем лучше), а затем скорости.	Со временем товары существенно не обесцениваются без учета инфляции и нормальных колебаний цен. .	Одежда, предметы первой необходимости, химическая продукция, сельскохозяйственная и боковая продукция, строительство/древесина

Для товаров с приоритетом во времени (как показано на рис. 1), хотя план транспортировки с менее трудоемкой транспортировкой требует более высоких затрат на транспортировку, краткосрочная транспортировка позволит продукту быстро выйти на рынок назначения с высокой прибылью период, из рисунка 1 видно, что рынок может принять высокую цену этого типа продукта в этот период.

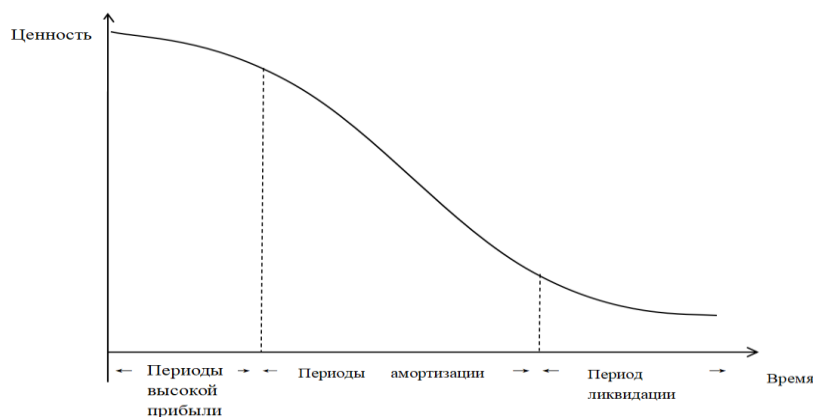


Рис. 1. Кривая временной стоимости товаров с временным приоритетом

Из рис. 1 видно, что цена товара значительно упадет, что повысит риск снижения общего дохода владельца. Для товаров с приоритетом перевозки (показанных на рис. 2) добавленная стоимость товаров, как правило, невелика, а цена со временем меняется меньше, поэтому допустимый диапазон времени транспортировки относительно велик.

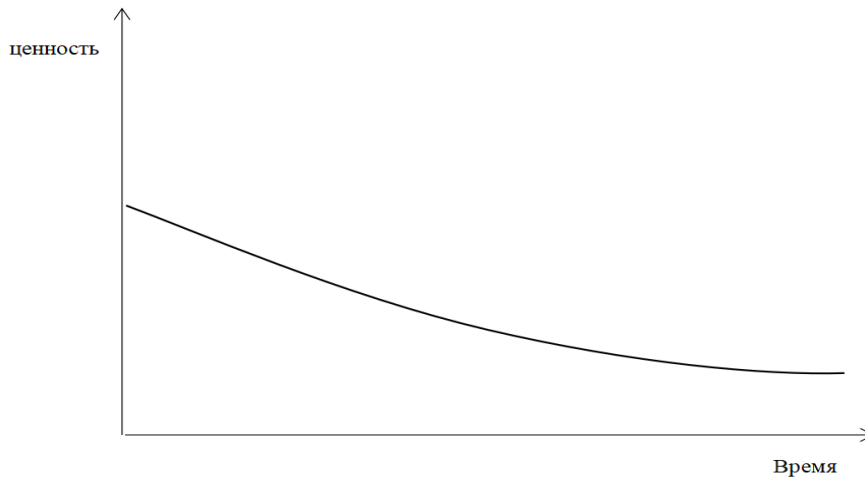


Рис. 2. Кривая кривой приоритета фрахта груза

Выбран метод удельных затрат для расчета стоимости времени грузовых поездов Китай-Европа. Конкретная формула модели расчета выглядит следующим образом:

$$C_t = Va^g \cdot T \cdot \rho / (365 \cdot 24) \quad (1)$$

где  $g$  — вид груза;

$C_t$  — повременная стоимость груза;

$Va^g$  — стоимость товара;

$T$  — транзитное время груза;

$\rho$  — коэффициент годовой балансовой стоимости товаров, т. е. годовая норма амортизации.

Для расчета стоимости товаров конкретная формула расчета выглядит следующим образом:

$$Va^g = \sum_{i=1}^n Va^i \cdot pe^i \quad (2)$$

$Va^i$  — стоимость  $g$ -го товара, являющегося товаром;

$pe^i$  — доля  $i$ -го груза, принадлежащего грузу (категории  $g$ ).

Подробная информация о коэффициенте стоимости перевозки груз представлена в формуле 3. Его выражение:

$$\rho = \sum_{i=1}^8 \rho_i \quad (3)$$

где  $\rho_i$  ( $i=1, 2, 3 \dots 8$ ) — Соответственно представляют процент восьми факторов страхования, хранения, налога, транспортировки, обработки, амортизации, процентов и устаревания в стоимости товара [7].

Для времени перевозки груза в данной работе этот период времени разделен на две части: первая часть — время сборки груза, которое представляет собой половину обратной величины частоты движения поезда, вторая часть — время в пути следования

поезда. Эта часть времени рассчитывается как отношение пробега к средней скорости движения [8].

$$T = 7 \cdot 24 / (2 \cdot f_p) + L_p / V \quad (4-4)$$

в формуле :

$f_p$  — частота движения поездов по дороге  $p$  (столбцов/нед.)

$L_p$  — эксплуатационный пробег пригородного поезда на участке пути  $p$  (км);

$V$  — средняя скорость движения (км/ч).

#### Список литературы:

1. Ван Сяокунь. Исследование метода расчета временной стоимости грузоперевозок. Транспортная стандартизация, 2008(11)-С.138-141.
2. Ван Чжимей, Чжан Синчэнь, Чен Цзюньхуа Оптимизация плана движения грузовых поездов с учетом временной стоимости грузовладельцев // Теория системной инженерии и Практика. – 2016. – 36(09). – С. 2328-2336.
3. Чжэн Бо, Ли Куймей, Ян Лися Модель оценки пригодности транспорта и ее применение на основе характеристик стоимости груза // Научно-технические коммуникации Журнал. – 2017. – 33(12). – С. 246-249.
4. Чжан Цзяньци Применение теории временной стоимости грузоперевозок при проектировании продукции международных мультимодальных перевозок // Китайская железная дорога Лу. – 2011. – (12). – С. 17-19.
5. Чен Вэньцян, Гу Юлей. Исследование модели оптимального пути распределения логистической сети на основе временной стоимости товаров // Транспортная инженерия и информация. – 2013. – (02). – С. 19-23.
6. Manuel Ojeda-Cabral, Caspar G. Chorus Value of travel time changes: Theory and simulation to understand the connection between Random Valuation and Random Utility methods // Transport Policy, 2016. – 48:139-145.
7. Куренков, П.В. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление / П.В. Куренков, А.Ф. Котляренко. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
8. Куренков, П.В. Издержки взаимодействия компаний-операторов и ОАО «РЖД» / П.В. Куренков, Л.В. Соловьёва // Материалы международного научно-образовательного форума Бургас. – 2014. – №1(5). – С. 266-275.

<sup>1</sup>Филимонова З. В., аспирант,

<sup>2</sup>Зайцева В. А., <sup>2</sup>Овчинников В. А., <sup>2</sup>Калинников В. Г., студенты  
Научный руководитель: <sup>2</sup>Серяпова И. В., канд. экон. наук, доцент

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

zoia.v.filimonova@yandex.ru, v.alekseevnaa@yandex.ru, oravpavp@mail.ru,  
русскии.napehb@mail.ru

#### РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НОВОРОССИИ НА РУБЕЖЕ XIX-XX ВЕКА

История развития экономических и социальных отношений на землях Новороссии интересна как для понимания менталитета местного населения, так и для анализа и



преимущества опыта реализаций инновационных инфраструктурных проектов и социальных моделей. Одним из ключевых периодов проведения реформ был период Царской России начиная со второй половины XIX в вплоть до Октябрьской Революции 1917 г. В это время активно развивалась горнодобывающая и металлургическая промышленность в регионе. Как обеспечивающая система активно развивалось транспортное хозяйство – внутриводный транспорт и гужевой не могли в полной мере обслуживать растущий грузопоток, необходимо было внедрять инновационные для того времени транспортные решения – создавать железнодорожную инфраструктуру, что успешно и осуществлялось начиная с конца 60х годов XIX в.

В течение двух десятилетий (60-80ые года XIX в) велось строительство частных железных дорог, поэтому ответственность за реализацию проектов (скорость строительства, его качество, обслуживание, эксплуатация, установление провозных плат, контроль над расписанием поездов и пр.) полностью ложилась на ключевых ответственных лиц. Были в истории случаи, когда выделение государственных концессий не приводило к появлению дорог. Поэтому для понимания ценности сильного управленца во главе крупного инновационного проекта, а железнодорожный транспорт в тот период времени таковым и являлся, необходимо описывать первые железные дороги совместно с ключевыми именами, ответственными за проект.

Первая железная дорога Новороссии была построена на территории войска Донского за его счет в 1861 г., ее протяженность составила 65 км [1]. На исторически беспокойных землях Новороссии донские казаки, отвечая за безопасность в регионе, основали свою территориальную административную единицу – войско Донское, в исторических источниках того времени можно также встретить информацию о нем как о Донской области.

В 1868 г. концессию на строительство дороги от Курской губернии до Азовского моря получило Акционерное общество, председателем которого был предприниматель Самуил Соломонович Поляков, которые в течение последующего десятилетия внес определяющий вклад в развитие железнодорожного транспорта в регионе (рис. 1).

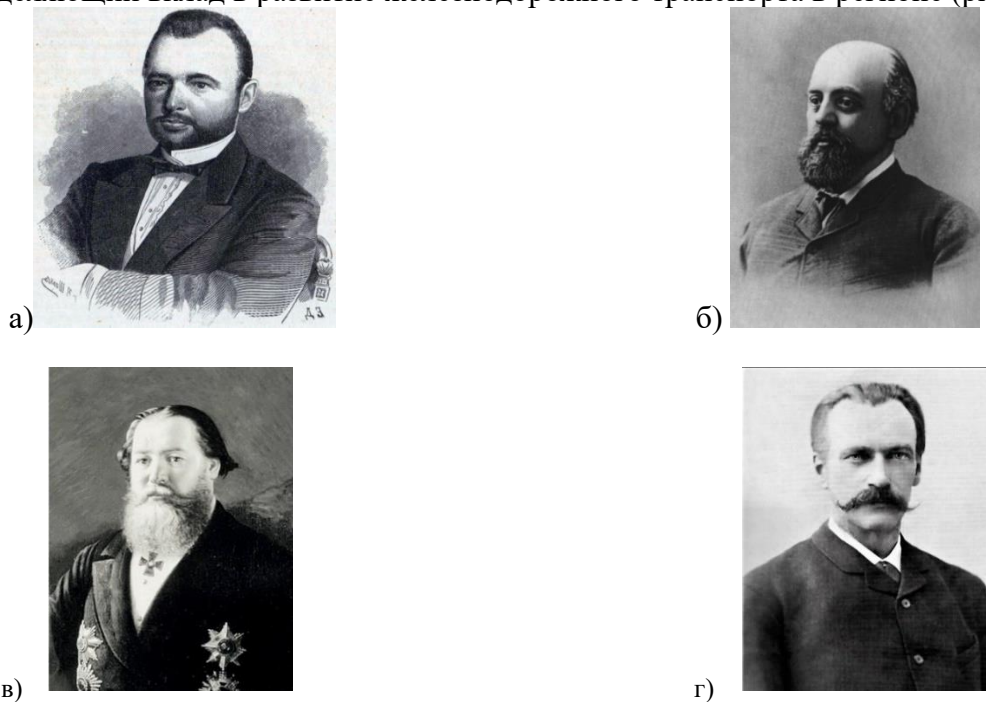


Рис. 1. Портреты ключевых лиц, участвовавших в строительстве железнодорожных дорог Новороссии во второй половине XIX в.:

а) С.С. Полякова, б) С.И. Мамонтова, в) П.И. Губонина, г) Р.В. Штейнгеля

В 1871 г. дорогу из Харьковской губернии в Крым начал строить купец старовер Петр Ионович Губонин, бывший крепостной. Первый поезд по ней прошел в Севастополь уже через четыре года. Так на полуостров пришло железнодорожное сообщение, и появилась Курско-Харьково-Севастопольская железная дорога, которое в советское время вошла в состав Южной дороги.

Строительство Екатерининской железной дороги связывают с именем Саввы Ивановича Мамонтова, который был ответственным за строительство значимого числа ее участков, связывающих магистраль с горнодобывающими шахтами. Владикавказская железная дорога была построена благодаря барону Рудольфу Васильевичу Штейнгелю в 1875 г [2].

Помимо реализации железнодорожных проектов на территории южных земель, каждый из представленных выше предпринимателей, принимал участие в строительстве иных социально-значимых объектов в регионе дорог, а также в строительстве в иных областях Российской Империи, создавая мощный каркас единой транспортной сети.

В 1881 г. прошла значимая для железнодорожной отрасли комиссия Баранова Э.Т. о целесообразности и эффективности функционирования частных железных дорог, в результате которой железные дороги по всей стране стали переходить под единое государственное управление. Начиная с этого времени только государство осуществляло строительство новых линий и дорог.

К 1903 году протяженность железных дорог Новороссии составляла порядка 6792 км. Железнодорожная сеть в регионе состояла из следующих дорог: Юго-Западная железная дорога, Юго-Восточная, Владикавказская, Екатерининская, Харьковско-Николаевская и Курско-Харьково-Севастопольская железная дорога [3].

Помимо железнодорожного транспорта, в регионе продолжал функционировать гужевой транспорт, выполняя преимущественно почтовое сообщение, а также – водный транспорт. Примерная структура путей сообщения Новороссии на начало XX века выглядела следующим образом:



Рис. 2. Относительная длина путей сообщения Новороссии на начало XX века

В начале XX в. Все дороги Новороссии для гужевого транспорта можно условно было разделить на следующие группы:

1) шоссейные дороги, имеющие общегосударственное значение, которые содержались за счет средств казны и состояли в ведении министерства путей сообщения;

2) местные грунтовые дороги, находящиеся в попечении местных (земских) учреждений, а где их нет – распорядительных комитетов. Такие дороги подразделялись на губернские (почтовые), финансирование которых осуществлялось совместно

уездными и губернскими земствами, и уездными (торгово-промышленные), содержащиеся исключительно уездными земствами;

3) проселочные дороги, находящиеся в ведении полиции и содержащиеся владельцами придорожных земельных участков.

При первичном взгляде на карту Новороссии кажется, что регион имеет высокий потенциал по развитию водного сообщения. То, что есть сегодня – результат по большей части сложных проектных решений по углублению и расширению рек. Однако, на начало XX в. регион подходил со слабым развитием водного транспорта, потому что большая часть рек была непригодная для судоходства ввиду высоких порогов и мелководья. Морские перевозки осуществлялись преимущественно иностранными судами, поэтому их объемы деятельности не фиксировались [4].

Таблица 1

Протяженность дорог с покрытием и водных путей Новороссии на начало XX века

Губернии	Протяженность дорог с покрытием, предназначенного для гужевого транспорта		Протяженность водных путей, км
	Длина дорог с твердым покрытием, км	Длина дорог с грунтовым покрытием, км	
Бессарабская область	95	1858	1734,62
Донская область	Сведений нет		2502,69
Екатеринославская	71	6458	629,41
Ставропольская	16	3367	-
Таврическая	809	5263	166,42
Херсонская	110	9947	871,58
Итого	1101	26893	5904,72

Представленные в таблице 1 данные показывают крайне небольшую протяженность дорог с твердым (каменным) покрытием в регионе. Это объясняется ориентиром на развитие железнодорожного сообщения. Государство не считало целесообразным развивать в регионе грузовые перевозки иным способом, как по железнодорожным дорогам. Исключение – внутренний грузопоток, носящий жизнеобеспечивающий население и почтовый характер.

Первое место по длине водных путей занимает Донская область, уступая, впрочем, первое место по длине судоходных путей в обе стороны Бессарабской губернии. Затем сравнительно хорошо обеспечена удобными водными путями Херсонская губерния. В значительно худших условиях находятся губернии Екатеринославская и Таврическая, и, наконец, совсем не имеет судоходных и сплавных путей Ставропольская губерния.

Во второй половине XIX в. началось активное развитие региона Новороссии. Развитие горнодобывающей и металлургической промышленности требовало развитие транспортной инфраструктуры, которая способна осуществлять быстрые перевозки на дальние расстояния. Из-за сложного рельефа местности, несмотря на большое число рек, не было возможным использовать в полном объеме потенциал водного вида транспорта. Основной упор был на развитие железнодорожного сообщения, которое в полной мере закрывало запросы на грузоперевозки. Дороги с твердым покрытием для гужевого транспорта использовались же преимущественно для бытовой жизни местного населения. Строительство железных дорог в Новороссии сыграло первостепенную роль в создании портовой инфраструктуры Юга России, что имеет огромное значение в функционировании транспортной системы и в наши дни [5-13].

**Список литературы:**

1. Россия. Полное географическое описание нашего Отечества. Настольная и дорожная книга. Том XIV. Новороссия и Крым. /Под ред Семенова-Тянь-Шанского В.П., Семенова-Тянь-Шанского П.П., Ламанского В.И./ С.-Петербург, «Слово», 1910 г., С. 983.
2. Куренков, П.В. Мультикультурализм в основе развития Новороссии / П.В. Куренков, З.В. Филимонова // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: материалы VIII Международной научной конференции, Донецк, 25–27 октября 2023 года. – Донецк: Донецкий государственный университет, 2023. – С. 224-227.
3. Логистика, индустриализация и железнодорожное строительство в Новороссии / В.Т. Волов, З.В. Филимонова, П.В. Куренков [и др.] // Логистика. – 2023. – № 12(205). – С. 21-23.
4. Экономика строительства железных дорог в Новороссии XIX века / П.В. Куренков, В.Т. Волов, З.В. Филимонова, Е.А. Герасимова // Экономика железных дорог. – 2024. – №1. – С. 79-86.
5. Куренков П.В., Серяпова И.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами // Экономика железных дорог. –2016. – №1. – С. 32-40.
6. Куренков П.В., Серяпова И.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С. 16-24.
7. Куренков П.В. и другие. Материальные потоки в макрологистических системах: систематизация и классификация // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2019. – №7. – С. 21-26.
8. Полянский Ю.А., Куренков П.В. Топологическое моделирование взаимодействия хозяйств железной дороги // Транспорт: наука, техника, управление: научный информационный сборник. – 2003. – №7. – С. 8.
9. Куренков П.В., Котляренко А.Ф. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
10. Анализ подходов к определению пропускных способностей объектов транспортной инфраструктуры / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Электрон. журн. – 2020. – № 9. – С. 8-13.
11. Влияние экономических санкций на транспортную логистику Российской Федерации / П.В. Куренков и др. // Социально-экономический и гуманитарный журнал. – 2022. – №4(26). – С. 83-93.
12. Куренков П.В., Солоп И.А., Чеботарева Е.А. К вопросу развития комплексных транспортно-логистических услуг в обеспечении контейнерных перевозок на юге России // Транспорт и логистика: тренды и барьеры развития в условиях пространственно-технологических ограничений и неопределенности: сб. науч. тр. V междунар. науч.-практ. конф. / РГУПС. – Ростов н/Д, 2021. – С. 75-78.
13. Котляренко А.Ф., Тучков Э.В., Куренков П.В. Повышение эффективности внешнеторговых перевозок через порты Юга России // Железнодорожный транспорт. – 2003. – № 2. – С. 30-35.

<sup>1</sup>Филипченко А. С., аспирант,

<sup>2</sup>Степанова Д. Ю., <sup>2</sup>Макаров А. Ю., <sup>2</sup>Перевалова В. В., студенты

Научный руководитель: <sup>2</sup>Герасимова Е. А., канд. экон. наук, доцент

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

*sa.filipchenko@vniias.ru, dashulya.stepanova.2021@mail.ru, almakaron2001@gmail.com*

*vi.perevalova@list.ru*

## **ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ – МОСКВА». СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ**

Начало 19 века. К этому времени территория Российской империи свыше 16 миллионов квадратных километров. Контролировать огромные площади без возможности для быстрого перемещения войск в случае войны или бунтов, доставки провизии, обмена товарами и почтой – всё сложнее. Основные транспортные пути того времени шли по воде, это было выгодно, но такое сообщение растягивалось на месяцы. К тому же реки связывали только с севера и юга страны, а с запада на восток водные пути не проходили. Поэтому до середины 19 века европейскую часть России и Сибири в основном связывали грунтовые дороги.

Так же, как в Европе и Америке, в Российской империи назрела необходимость строительства железных дорог. Впервые в России частная железная дорога, по которой ходил локомотив, появилась у предпринимателей Демидовых в 1834 году. Сухопутный паровоз, как называли первую русскую паровую машину, изобрели крепостные Ефим и Мирон Черепановы. Состав перевозил Руду на выездском заводе. Цесаревич Александр Николаевич, будущий император Александр II, во время своей поездки в Нижний Тагил проехал по железной дороге, даже интересовался ее строительством. Но тогда эта встреча никакого продолжения не получила.

К началу XIX века Российская империя занимала первое место в мире по выплавке чугуна, но в основном он экспортировался водным путем в Британию, как раз для строительства железных дорог. Русские промышленники первыми стали обращаться к государству с предложением о строительстве в стране магистрали, но царские чиновники высказались против таких масштабных трат. Министр финансов граф Егор Конкрин говорил: «Это очень дорогая затея. Россия веками обходилась конным грузовым транспортом. Ещё лет 300 -500 обойдётся». Частное финансирование. Государственных денег на проект тратить не планировалось. Но несмотря на все опасения, император Николай I рискнул [3].

В первые годы работы железной дорогой воспользовались в два раза больше пассажиров, чем планировалось. В 1830 году подданный австрийской империей чех Франц Антон фон Герснар для перевозки грузов построил в Европе конную железную дорогу, где в качестве тяговой силы использовались лошади. Она проходила между чешским Будвейсом и австрийским Линцем.

По приглашению русского генерала Константина Чевкина Герснар приехал в Россию для осмотра горных заводов, где можно было применить его опыт. Он даже сумел достучаться до государя и убедить его в том, что нет такой страны в мире, где железные дороги были бы более выгодны и даже необходимы, чем в России. Помимо императора Николая Первого, сторонников новой затеи в высших кругах было не так много. Даже брат царя, великий князь Михаил Павлович, возмущался, что появление общедоступного транспорта повлечет за собой слияние сословий. А возникшая конкуренция попросту разорит емщиков. Но доводы в пользу железных дорог звучали все чаще и все убедительнее. Инженеры подсчитали, что по магистрали можно

перевозить в семь с половиной раз больше грузов, чем по шоссейным дорогам, и сделать это в три раза быстрее, чем водным транспортом. Время, как известно, деньги, и желающие заработать – нашлись. В Российской империи Герстен хотел получить 20-летнюю монополию на эксплуатацию будущих железных дорог в стране и владение ими в течение 99 лет. Вероятно, поэтому долгосрочных проектов от императора он так и не добился, но на строительство опытной железной дороги разрешение все же получил.

В 2007 году в здании Витебского вокзала Санкт-Петербурга в честь 170-ти лет железных дорог России был открыт памятник австрийскому инженеру Франсу фон Герстнеру [2]. Надпись на табличке гласит «Автор и строитель первой железной дороги в России Санкт-Петербург, царское село Павловск». Длина дороги 26 километров. Начиналась она здесь, у обводного канала в районе Витебского вокзала. Что примечательно, государственных денег на проект тратить не планировалось.

Приближенный к царскому двору граф Бобринский возглавил акционерное общество, из доходов которого выделили необходимую сумму. В мае 1836 года Герстен взялся за строительство этой железной дороги. Её прокладывали 3000 крестьян и полторы тысячи солдат строительного батальона, которые находились в ведении главного управления Пути и Сообщения. Рельсы и весь подвижной состав закупался в Бельгии и Британии. По ходу работ смета на строительство возросла на полтора миллиона. Общая сумма достигла 5 миллионов рублей. Поэтому деньги все же пришлось занимать у государства. Торжественное открытие дороги состоялось 30 октября 1837 года. Состав из 8 вагонов от Петербурга до Павловска добрался за 35 минут. Он двигался на немыслимой для того времени скорости 60 вёрст в час. Вёл поезд создатель дороги Франц Герцнер. Сейчас и мы отправимся по тому маршруту царско-сельской железной дороги.

Считалась досугом столичной знать, и даже императорская семья несколько раз ей пользовалась. Вагоны, которые еще назывались каретами, делились по классу обслуживания. Впрочем, освещения и отопления не было ни в одном из них, а паровозы использовались только по выходным. В будни состав двигался на конной тяге. Чтобы повысить привлекательность железной дороги, Герцнер построил при станциях в Павловске и Царском селе гостиницу с ресторанами, чтобы пассажиры могли отдохнуть. Так вот, концерты и представления, которые давались на этих вокзалах, конкурировали со столичной филармонией. Возможно, поэтому в первые годы работы железной дорогой воспользовались в два раза больше пассажиров, чем планировалось. Самым пышным был вокзал в Павловске. Само название вокзал пошло от английского *Wohall*, вокальный зал. Так в Лондоне называлось поместье, известное своими увеселительными мероприятиями на всю Британию. Вокзал Павловска ему не уступал. В его залах выступали всемирно известные артисты. Оперный певец Фёдор Шаляпин, балерины Матильда Хшесинская и Анна Павлова. Летний сезон 1856 года открылся выступлением оркестра под управлением короля Вальса и Агана Штрауса. Его выступления продолжались 10 сезонов. К сожалению, во время Великой Отечественной войны все железнодорожные постройки Павловска были разрушены. Благодаря вокзалу Павловск превратился в центр культурной жизни страны. Музыкальные выступления были доступны для всех пассажиров, и это стало альтернативой приватным аристократическим салонам. Несмотря на невероятную популярность первой железной дороги, министр финансов Конкрин по-прежнему скептически относился к этому проекту. В других странах железными дорогами связывают важные промышленные пункты, говорил он, а у нас она ведет в трактир. Но в действительности первая, по сути, экспериментальная дорога решала немало вопросов.

Новые инженерные решения. Длина моста составляла более полукилометра. Открытие дороги Петербург -Москва. Император побледнел, ведь в вагонах оставались императрица и княжны. Судьбоносное решение для страны. Ежегодно возводили более 500 километров железных дорог. В 30 -х годах 19 -го столетия Институт инженеров путей и сообщений направил своих сотрудников Павла Мельникова и Николая Крафта в командировку в Европу и Америку для изучения их железнодорожных транспортных систем. Побывав во многих странах и пообщавшись лично с создателем первого паровоза Стефансоном, они вернулись на родину с глубоким убеждением, что Россия должна стать железнодорожной страной-державой.

Мельников подготовил отчет о поездке и составил проект железной дороги, соединяющая Санкт -Петербург с Москвой. Изучив документ, большинство министров выступили против строительства дороги между столицами, назвав идею невозможной и бесполезной. Особый акцент, делая на то, что в казне нет средств для его финансирования. Но Павел Мельников, которого накануне лично представили императору, на каждой довод чиновников дал аргументированное возражение. И тогда Николай Первый, вопреки мнению большинства, принял решение немедленно приступить к строительству Петербурга -Московской железной дороги. Указ вступил в силу 1 февраля 1842 года. Строительство было решено осуществить полностью за государственный счет. Несмотря на то, что железная дорога на участке Петербург - Павловск уже функционировала, паровозы к составам все еще закупились в Британии [1].

Такое положение дел не устраивало Николая I, ведь для развития железнодорожных сетей необходимо было наладить собственное производство. Тогда император распорядился, чтобы Александровский чугунолитейный завод, который после революции переименовали в Пролетарский, сменил профиль и стал выпускать паровозы. Для этого заключили контракты с тремя американскими предпринимателями, которые должны были переоборудовать завод и обеспечить его станками и инструментами. Кроме того, обучить рабочих, машинистов, кондукторов для новой железной дороги.

Отечественные паровозы строились и под новую ширину колеи. На Царско-сельской дороге она равнялась 6-ти футам, как и у британской, под их паровозы. Позже англичане уменьшили ширину до 1435 мм, то же самое сделали в США и Европе. Император Николай I, разумно опасаясь, что в случае военных действий появится возможность быстрого перемещения вглубь страны по железной дороге, распорядился сделать отличающуюся от европейской ширину колеи 1520 мм. И хотя некоторые историки утверждают, что расчет был не военным, а сугубо экономическим, тем не менее он сыграл свою роль позже, во время Великой Отечественной войны.

Тогда немцы не смогли оперативно переделывать пути на протяжении своего наступления. Дорогу Петербург -Москва решили построить двухпутной, чтобы поезда могли двигаться в обоих направлениях. Это было сделано с расчетом на будущее увеличение перевозок. Ее протяженность составила 645 километров. И дабы уменьшить время в пути, проложили ее напрямую. Это потребовало множество инженерных изысканий, главными из которых стали железнодорожные мосты. Всего было возведено 184 моста и 19 путепроводов.

Данная дорога положила начало становлению и развитию транспортной логистики на территории Российской империи [4-9].

#### **Список литературы:**

1. Бушуев, Н.С. О проектах высокоскоростных железнодорожных магистралей в России и в мире / Н.С. Бушуев, Д.О. Шульман, К.М. Сагайдак // Проектирование развития региональной сети железных дорог. – 2019. – №7. – С. 73-77.

2. Гурьев А.И. И какие же русские не любили быстрой езды?: история обреченного проекта. – СПб.: КОСТА, 2009. – 358 с.
3. Калинин М. В. Путешествие из Петербурга в Москву при Петре Великом // *Russian Colonial Studies*. – 2019. – №1. – С. 60-66.
4. Куренков П.В., Веселова Ю.В. Механизмы государственного регулирования развития транспортной системы региона // *Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник*. – 2006. – №7. – С. 8-10.
5. . Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии / Г.В. Бубнова и др. // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии*. – 2016. – №9-2(24). – С. 3-12.
6. Куренков П.В., Котляренко А.Ф. Внешнеторговые перевозки в смешанном сообщении: экономика, логистика, управление. – Самара: СамГАПС, 2003. – 636 с.
7. Куренков П.В., Серяпова И.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами // *Экономика железных дорог*. – 2016. – №1. – С. 32-40.
8. Куренков П.В., Серяпова И.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами // *Бюллетень транспортной информации*. – 2016. – №4(250). – С. 16-24.

Хохлов Д. С., студент  
*Научный руководитель:* Чижова Н. Е., канд., экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*11248402den@gmail.com*

## **ФЛОУЧАРТ КАК СПОСОБ МИНИМИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Актуальность.** Минимизация предпринимательских рисков есть важной задачей управленческих структур предприятия. На современном этапе развития экономики страны предприятия в своей деятельности должны учитывать кроме экономических рисков своей деятельности также риски, связанные с внешними политическими и социальными угрозами. Среди экономических рисков следует выделить логистические, которые оказывают огромное влияние на стабильную работу предприятия.

Несмотря на большое количество научных работ по оценке логистических рисков и методов управления ими, остаются нерешенными вопросы управления логистическими рисками промышленных предприятий, а также разработки определенной модели (алгоритма) их избегания или уменьшения.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Управлению логистическими рисками посвящен ряд работ отечественных ученых. В частности, актуальность определения и оптимизации логистических рисков отмечена в [1-3]. Даны классификации методов управления логистическими рисками [2-5].

**Цель исследования** состоит в усовершенствовании методов управления логистическими рисками предприятий.

**Результаты исследования.** Для оценки эффективности использования логистической системы предприятиями ДНР предлагается показателем эффективности функционирования логистической системы предприятий (Е1) считать отношение общего объема предоставляемых услуг в сферах деятельности транспорта и складского



хозяйства к объему реализованной продукции. Чем меньше значение предлагаемого показателя, тем меньше логистических затрат приходится на одну гривну реализуемой продукции.

Наличие значительных флуктуаций расходов на обслуживание логистической системы свидетельствует о неэффективном использовании ресурсов, накоплении дисбалансов, понесение незапланированных потерь, что, в первую очередь, связано с неправильной количественной и качественной оценкой логистических рисков и дальнейшем управлении ими. Большинство отечественных ученых придерживаются последующих методов (способов) управления и минимизации рисков (табл. 1). Анализируя приведенные методы управления рисками, можно выявить некоторые их недостатки использование для минимизации логистических рисков. Создание универсальной модели избегания или минимизации логистических рисков сталкивается с рядом проблем при практическом воплощении.

Таблица 1

№	Методы (способы) управления рисками	Источники
1	1. Внешние способы снижения степени риска 1.1. Распределение риска 1.2. Внешнее страхование 2. Внутренние способы оптимизации рисков 2.1. Лимитирование 2.2. Диверсификация 2.3. Создание резервов, запасов 2.4. Получение дополнительной информации	Витлинский В.В. [1]
2	1. Снижения степени риска 2. Передача риска 3. Страхование 4. Отказ от риска	Загорная Т. О. [3]
3	5. Диверсификация 6. Распределение риска 7. Страхование 8. Хеджирование 9. Самострахование 10. Резервирование способов на покрытие непредвиденных затрат 11. Лимитирование 12. Приобретение дополнительной информации про будущий выбор и результаты и др.	Балджи М. Д. [2]
4	13. Диверсификация 14. Лимитирование 15. Передача риска 16. Страхование 17. Устранение риска	Кулаговская Т. А. [3]

Большинство ученых рекомендуют использовать ряд методов избегания риска, такие как:

– диверсификация поставщиков для уменьшения коммерческих рисков. При этом не учитывается общая возможность диверсификации, исходя из производственных потребностей предприятия в соответствующих видах материальных ресурсов. В частности, в тяжелой промышленности перечень поставщиков, как правило, ограничен одним или несколькими контрагентами, которые могут обеспечить производственную необходимость в материалах в установленные сроки. Диверсификация поставщиков вынуждает предприятие увеличивать затраты на переработку, поскольку продукция нескольких поставщиков может оказаться разного качества;

– распределение рисков при логистическом обслуживании товаров возможно только при применении условий типа Инкотермс, которыми четко регулируется время и место перехода права собственности на товар, а также расходов, связанных с его снабжением. При этом следует отметить, что данные правила используются только при внешнеэкономической деятельности предприятия;

– при передаче риска в страховании при наступлении страхового случая существует временный разрыв между расходами, связанными с наступлением рискованного события и моментом получения страховой выплаты, поскольку страховщик заинтересован в минимизации расходов в рамках договора страхования. Отток оборотных средств на ликвидация негативных последствий к моменту возмещения приведет к ухудшению финансового состояния предприятия, что в дальнейшем может повлиять на его производственную деятельность и конкурентоспособность. Общая направленность подходов к управлению логистическим риском направлена на стандартизацию и унификацию методов, что позволяет определиться с оптимальными мерами на макроэкономическом уровне.

В данном подходе не учитывается наличие большого количества специфических факторов риска, с которыми сталкиваются предприятия на мезо- и макроуровне, ввиду их отраслевой, географической, структурной и других характеристик. Географическая, экономическая, юридическая специфика деятельности современных предприятий, их структурная дифференциация обуславливают необходимость детального анализа процессов снабжения, производства и реализации товаров с выделением логистических рисков на каждом из перечисленных этапов. Одним из мер по минимизации логистических рисков можно предложить усиление внутреннего контроля за процессами движения ТМЗ, готовой продукции. товаров.

Предупреждение наступления рискованного события с помощью своевременных управленческих решений минимизирует расходы внешних ресурсов по таким методам, как страхование, передача риска, диверсификация и т.д.

Для выявления точек контроля внутренних процессов предлагается использовать флоучарт (блок-схема) с точками контроля на каждом этапе. Начальником производства заявкой определяется необходимость закупки соответствующих материалов.

Точный расчет потребностей снижает необходимость диверсификации и создания избыточных резервов. Подотдел закупок (структурный элемент отдела логистики) анализирует поставщиков с позиции цены, репутации, сроков и условий поставок и заключает договор, проверяемый юристом на точность перехода прав и рисков на товар. На этом этапе также происходит страхование либо по условиям Инкотермса, либо другим, указанным в договоре. Риск неуплаты по договору контролируется на этапе планово-экономического отдела, который отслеживает даты счетов-фактур. Контроль качества поставленной продукции на этапе производится сотрудниками отдела логистики, отделом контроля качества, работниками склада, начальником производства (в зависимости от организационной структуры предприятия). После оприходования материалов все соответствующие документы передаются в бухгалтерию.

**Выводы.** В результате исследования была выявлена негативная динамика размера складских и транспортных расходов и общее снижение эффективности логистической системы предприятий ДНР. Рассмотрены недостатки некоторых существующих методов управления рисками (в т.ч. логистическими) в разрезе соотношения размера риска и затрат по его минимизации. Предложено использование системы внутреннего контроля для минимизации логистических рисков предприятия. В дальнейшем считаем необходимым развить средства управления логистическими рисками промышленного

предприятия на почве более эффективного использования системы внутренних ресурсов и определения экономической целесообразности передачи риска во внешнее управление.

#### Список литературы:

1. Механизмы управления рисками в логистике. – Текст: электронный // Бизнес-образование онлайн. – URL: <http://www.bizeducation.ru/library/log/basic/3/risk.htm> (дата обращения: 17.03.2024).
2. Логистика в малом бизнесе. – Текст: электронный // Дистанционный консалтинг. – URL: <http://www.dist-cons.ru/modules/logistic/section1.html> (дата обращения: 17.03.2024).
3. Боровкова, В. А. Управление рисками в торговле: учебник / В. А. Боровкова. – Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 288 с.
4. Семенко, А.И. Логистика. Основы теории: учебник / А.И. Семенко, В.И. Сергеев. – Санкт-Петербург: Союз, 2016. – 544 с.
5. Токаренко, Г.С. Методы управления рисками в компании. Финансовый менеджмент: учебник / Г.С. Токаренко. – М., 2016. – 183 с.

<sup>1</sup>Черкасова Д. О., <sup>2</sup>Борисов Д. С., аспиранты

<sup>3</sup>Ладецкая М. Д., <sup>3</sup>Митина В. Р., студенты

*Научный руководитель:* <sup>3</sup>Серяпова Т. В., канд. экон. наук, доцент

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Научно-исследовательский институт железнодорожного транспорта (ВНИИЖТ)

<sup>3</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

*mdo2000@yandex.ru, hawkyu@inbox.ru, ladeckayamaria@gmail.com,*

*VikaMitina2015@gmail.com*

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО МАРШРУТА МУЛЬТИМОДАЛЬНОЙ ПЕРЕВОЗКИ

Мультимодальные перевозки играют важную роль в повышении эффективности и гибкости логистических цепей, позволяя грузовладельцам использовать оптимальную комбинацию транспортных средств и принимать участие в организации перевозок. Этот подход будет применяться при рассмотрении маршрутов экспортных перевозок в направлении Восточного региона, опираясь на материалы, опубликованные в источниках [1-6].

Направления перевозки: Кузбасс-Юйлинь, Муром-Шанхай, Клещиха-Циндао. Рассмотрим данные маршруты доставки, скорость и экономические показатели по выбранным направлениям и вариантам.

Время доставки груза железнодорожным транспортом рассчитывается согласно определенной формуле:

$$T_{\text{дост (ж)}} = t_{\text{нко}} + \frac{L_{\text{T}}}{V_{\text{сут}}} + \sum t_{\text{доп,сут}} \quad (1)$$

где  $t_{\text{нко}}$  – время на начально-конечные операции, сут;

$L_{\text{T}}$  – тар. расстояние, км;

$V_{\text{сут}}$  – норма сут. пробега, км/сут;

$\Sigma t_{\text{доп}}$  – дополнительное время доставки может зависеть от необходимости выполнения различных операций.

Срок доставки груза морским транспортом рассчитывается с использованием определенных формул:

$$T_{\text{дост (м)}} = \frac{L_T}{V_{\text{ком}}}, \text{сут} \quad (2)$$

$$V_{\text{ком}} = \frac{L_T}{\left(\frac{L_T}{V_{\text{э}}} + M + \Sigma t_{\text{доп}}\right)}, \text{км/сут} \quad (3)$$

где  $L_T$  – тар. расстояние, км;

$V_{\text{ком}}$  – комм. скорость, км/сут;

$V_{\text{э}}$  – эксплуатационная скорость судов, км/сут;

$\alpha$  – коэффициент использования грузоподъемности ( $\alpha = 0,9$ );

$D_T$  – грузоподъемность судна, т;

$M$  – норма грузовых работ в порту погрузки.

$\Sigma t_{\text{доп}}$  – время на дополнительные операции на морском транспорте.

Для направления № 1 (рис. 1) – Маршрут начинается на железнодорожной станции Междуреченск в Кемеровской области на Западно-Сибирской железной дороге и заканчивается в порту Фучжоу. Оттуда груз доставляется к грузополучателю в Юйлинь через порт Посьет во Владивостоке. Общее время доставки груза, учитывая использование обоих видов транспорта, составляет 20 дней.

Для направления № 2 (рис. 2) – Груз отправляется с железнодорожной станции Муром до железнодорожной станции Находка, откуда он направляется к морскому порту Находка по специальным подъездным путям. Затем груз доставляется морским транспортом в порт Шанхай. Учитывая время на операции и оба вида транспорта, общий срок доставки груза от станции Муром до порта Шанхай составляет 28 дней.

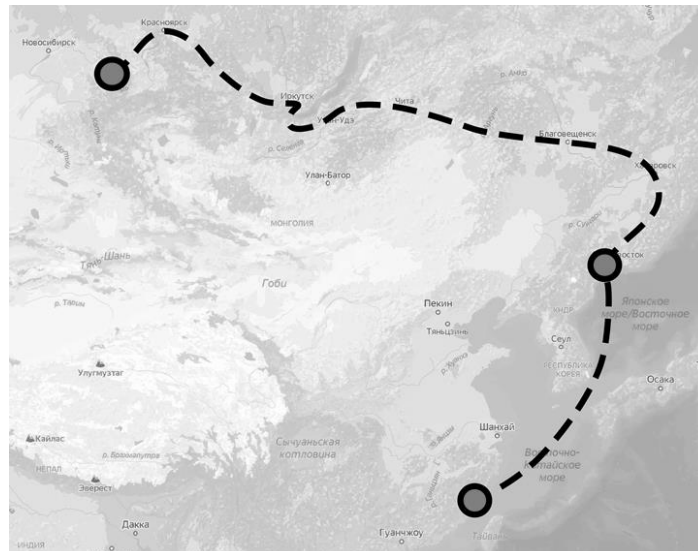


Рис. 1. Маршрут следования груза по направлению № 1



Рис. 2. Маршрут следования груза по направлению № 2

Для направления № 3 (рис. 3) – Маршрут начинается на железнодорожной станции Костылево, откуда груз отправляется в порт Владивосток. Затем, с использованием морского транспорта, он доставляется в порт Циндао. Общий срок доставки груза, учитывая оба вида транспорта, составляет 21 сутки.

При расчете себестоимости перевозки по конкретному маршруту учитываются следующие виды затрат, которые определяются по формуле:

$$X = \sum_i^n X_i \quad (4)$$

где  $X_i$  –  $i$ -й вид затрат на перевозку.

В данных вариантах перевозки учитываются следующие затраты по формуле 5. Расчет стоимости перевозки вариантам доставки представлены в таблицах 1, 2, 3, 4.

$$X_I = X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + X_6 + X_7 + X_8 + X_9 \quad (5)$$



Рис. 3. Маршрут следования груза по направлению № 3

Таблица 1

Расчёт стоимости перевозки Кузбасс - Юйлинь

Вид затрат	Способ расчета затрат	Размер расходов, рублей
X <sub>1</sub>	Операции по загрузке на железнодорожной станции Междуреченск. 35 полувагона x 7500 рублей	262 500
X <sub>2</sub>	Транспортировка по железной дороге. Тарифное расстояние – 5851 км	3 751 776
X <sub>3</sub>	Операции по погрузке и выгрузке в морском порту Посьет	802 855
X <sub>4</sub>	Транспортировка по морю	3 949 680
X <sub>5</sub>	Выгрузка в порту	588 000
X <sub>6</sub>	Поставка товаров к конечному получателю	578 150
X <sub>7</sub>	Средняя стоимость страховки грузов варьируется от 0,05 до 10% от общей стоимости груза: 168000*0,05 = 8400	294 000
X <sub>8</sub>	Экспедиторская комиссия составляет 5% от общей стоимости перевозки	385 072
X <sub>9</sub>	Затраты на таможенное оформление включают в себя таможенные сборы и оплату услуг таможенного брокера	1 850 112
Итого № 1		12 462 145

Таблица 2

Расчёт стоимости перевозки Муром - Шанхай

Вид затрат	Способ расчета затрат	Размер расходов, рублей
X <sub>1</sub>	Операции по загрузке на железнодорожной станции Муром	288400
X <sub>2</sub>	Транспортировка по железной дороге. Тарифное расстояние – 8987 км	8279496
X <sub>3</sub>	Операции по погрузке и выгрузке в морском порту Находка	1655899
X <sub>4</sub>	Транспортировка по морю	2 923 652
X <sub>5</sub>	Выгрузка в порту	588000
X <sub>6</sub>	Поставка товаров к конечному получателю	145150
X <sub>7</sub>	Средняя стоимость страховки грузов варьируется от 0,05 до 10% от общей стоимости груза: 188000*0,05 = 9400	253800
X <sub>8</sub>	Экспедиторская комиссия составляет 5% от общей стоимости перевозки	560157
X <sub>9</sub>	Затраты на таможенное оформление включают в себя таможенные сборы и оплату услуг таможенного брокера	1220000
Итого № 3		12990902

Таблица 3

Расчёт стоимости перевозки Клещиха - Циндао

Вид затрат	Способ расчета затрат	Размер расходов, рублей
X <sub>1</sub>	Операции по загрузке на железнодорожной станции Клещиха	288400
X <sub>2</sub>	Транспортировка по железной дороге. Тарифное расстояние – 7100 км	7289596
X <sub>3</sub>	Операции по погрузке и выгрузке в морском порту	1655899
X <sub>4</sub>	Транспортировка по морю	3 923 652
X <sub>5</sub>	Выгрузка в порту	588000
X <sub>6</sub>	Поставка товаров к конечному получателю	178110
X <sub>7</sub>	Средняя стоимость страховки грузов варьируется от 0,05 до 10% от общей стоимости груза: 127000*0,05 = 6350	139700
X <sub>8</sub>	Экспедиторская комиссия составляет 5% от общей стоимости перевозки	560662
X <sub>9</sub>	Затраты на таможенное оформление включают в себя таможенные сборы и оплату услуг таможенного брокера	1220000
Итого № 4		15844019

Из анализа представленных маршрутов и расчетов делается вывод о возможности оптимизации транспортных потоков путем использования аналогичных мультимодальных маршрутов. Этот подход не только помогает снизить нагрузку на указанные направления, но также положительно сказывается на эффективности железнодорожного транспорта в целом.

#### **Список литературы:**

1. Экономика мультимодальных перевозок проката черных металлов на направлении Муром – Шанхай / П.В. Куренков и др. // Экономика железных дорог. – 2024. – №2. – С. 31-43.
2. Куренков П.В., Серяпова И.В. Потери ОАО «РЖД» в результате неприема поездов портами // Экономика железных дорог. – 2016. – №1. – С. 32-40.
3. Куренков П.В., Серяпова И.В. Экономическая оценка потерь ОАО «РЖД» в результате «бросания» и неприёма поездов портами // Бюллетень транспортной информации. – 2016. – №4(250). – С. 16-24.
4. Материальные потоки в макрологистических системах: систематизация и классификация / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2019. – №7. – С. 21-26.
5. Полянский Ю.А., Куренков П.В. Топологическое моделирование взаимодействия хозяйств железной дороги // Транспорт: наука, техника, управление: научный информационный сборник. – 2003. – №7. – С.8.
6. Тихомиров, В.О. Методика расчета экономических потерь железных дорог при взаимодействии с портами / В.О. Тихомиров, П.В. Куренков, И.В. Серяпова // Экономика железных дорог. – 2005. – №11. – С. 37-43.

Чернякова М. Б., студент

*Научный руководитель:* Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*chernmarina2005@gmail.com*

### **ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА КОМПАНИИ AVIASALES**

**Актуальность.** Сегодня метапоисковик Авиасейлс стал популярнейшим сервисом по покупке билетов на самолет. Более 65% покупателей авиабилетов сразу же ищут их на данном сервисе. Этому свидетельствует официальная статистика SEO, где показано, что в 2022 году запрос «Авиасейлс» в Google обошел запрос «Авиабилеты». Именно благодаря своей оригинальной маркетинговой стратегии Авиасейлс добился такого успеха.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы эффективности маркетинга бренда Авиасейлс были рассмотрены в работах Альниковой Т.Ю., Плужниковой И.И., Бирюковой Т.А., Ермаковой А.С., Богаткова И.С., Файкова Д.Ю., Файковой С.Д., Скулкиной Д.К. и др. В их работах стратегия продвижения компании рассматривается как уникальный digital-инструмент. При этом маркетинг делится на разные виды, требующие отдельного изучения: партизанский, коммуникативный, интернет-маркетинг, SMM-маркетинг и др.

**Цель исследования** – рассмотреть уникальность и особенности маркетинговой стратегии Aviasales, которые обеспечили успех и фирменный стиль компании.

**Результаты исследования.** Авиасейлс – крупнейший в России сервис по поиску и покупке авиабилетов, ищущий их в 728 авиакомпаниях, 200 авиакассах и 5 системах бронирования (GDS), используя наиболее современные технологии [1]. Авиасейлс находит самые дешевые авиабилеты и разные варианты перелета, а пользователь сам выбирает, где именно купить билет. Сервис был создан в феврале 2009 года. Сам сайт заработал еще в 2007 году как блог путешественника, в котором Константин Калинов — руководитель проекта, собирал RSS-ленты спец. предложений от авиакомпаний. Стало очевидно, что информация о дешёвых авиабилетах остро востребована среди путешествующей аудитории, и в 2009 году был разработан поисковый механизм, позволяющий сравнивать цены на авиабилеты по системам бронирования.

Сегодня Aviasales.ru занимает позицию № 1 в категории сайтов «Авиаперевозки» в России и позицию № 2739 в глобальном рейтинге (февраль 2024). Только за прошлый месяц данный сайт посетили более 16,6 млн раз [6].

Помимо сайта у компании также есть социальные сети. Присутствие в соцсетях – важная часть любой бренд-стратегии. Она помогает показывать ценности и находить общий язык с аудиторией, но важно, чтобы она оставалась гибкой и подстраивалась под текущие события. Команда СММ-специалистов Авиасейлс, в первую очередь, ориентируется на аудиторию – ее потребности, интересы, боли. Исходя из этого контент уже распределяется по соответствующим соц. сетям и их Tone of Voice [4]. На данный момент топ-площадками по охвату являются Twitter, Instagram, Telegram, но бренд пробует тестировать и платформы по типу ВКонтакте, Одноклассники, Дзен и т.д. Компания фокусируется на том, чтобы на каждой платформе был разный контент, адаптированный под свою целевую аудиторию: в Instagram и ВКонтакте выкладываются вирусные видео-рилс развлекательного характера, в Telegram – более серьезные посты с инструкциями и новостями, в Одноклассниках есть отдельная рубрика «Хахасейлс», в которой публикуются мемы и шутки. Шутки также публикуются и в Twitter, однако там юмор становится жестче. Тем не менее есть и контент, который публикуется на каждой платформе: про открытие стран, ограничения, визы и другую полезную и актуальную информацию.

В социальных сетях Авиасейлс известен благодаря его реактивному, дикому, сумасшедшему маркетингу. Это креативщик, который готов экспериментировать с форматами и подачей контента. Дарья Смирнова, руководитель отдела контент-маркетинга, назвала механизм бренда «злым школьником, который постоянно над всеми прикалывается» [2]. Например, в 2021 году Авиасейлс выложил нестандартный пост-поздравление ко дню матери, прикрепив к сообщению скриншот новости о том, что пассажирка во время полета кормила грудью своего кота. Подобный формат иронии является жестким в нынешних реалиях, когда общество становится более толерантным к ряду вещей, в том числе и к грудному вскармливанию в общественных местах. Однако Дарьей также было отмечено, что сейчас компания встала на путь «взросления» – все такой же шуточный, но более гармоничный.

Еще один вид маркетинга, который Авиасейлс успешно комбинируют с их фирменной иронией, является ситуативный маркетинг или ньюсджекинг – использование громких инфоповодов для продвижения компании в СМИ и медиа. Например, когда в России был принят Закон о запрете пропаганды ЛГБТ, Авиасейлс отреагировал на это постом в Twitter «поиск традиционных билетов». Также бренд выставляет посты, посвященные различным праздникам, в том числе и не самым стандартным – дню пива, например [3].

Тем не менее, Авиасейлс применяет иронию и по отношению к самим себе: компания не стесняется говорить о своих провалах, а любит шутить над собой. Таким образом, аудитория становится более лояльна к бренду, больше ему доверяет.



Например, когда компания не уложилась в сроки обновления своего приложения, она выставила самоироничный пост «Если честно, мы ничего не обновили. У главбуха вчера был др, голова болит. Прикройте нас, напишите, что крутое обновление. Потом сочтемся».

В социальных сетях компания часто применяет шуточный Tone of Voice к своей аудитории, затрагивая ее боли. Под юмором на самом деле кроется поддержка, которая положительно влияет на имидж Авиасейлс в глазах потребителей [3]. Идеальный пример такого поста выглядит следующим образом: во времена санкций и ограничений Авиасейлс выставил пост в Twitter «эх, багетик ты багет, сдобная ты сдоба, дай французский мне шенген хотя бы на полгода».

Однако не весь маркетинг компании Авиасейлс является юмористичным и несерьезным. Бренд уделяет большое внимание сотрудничеству с различными блогерами: Антоном Птушкиным, Русланом Усачевым и др. Главная задача компании в такой коллаборации – запомниться покупателю, пока он смотрит шоу или слушает подкасты [2]. Если это произошло (даже в тех случаях, когда потенциальный покупатель был недоволен интеграцией рекламы в видео), то цель Авиасейлс была выполнена, так как потребитель на подсознательном уровне будет точно знать, где он, в случае чего, будет покупать билеты. Ассоциация с Авиасейлс возникнет у него в голове сама собой.

Невозможно не упомянуть то, как бренд работает с вовлеченностью своей аудитории. Вовлеченность – это очень важный фактор, показывающий интерес пользователя к контенту и к компании в целом. Поэтому Авиасейлс работает с вовлеченностью максимально простым, но не менее эффективным способом – задает аудитории вопросы, побуждающие их к ответу. Это вопросы не по типу «Какая погода у вас в городе?» - их бы просто проигнорировали. Бренд спрашивает то, чем людям хочется поделиться: например, как-то раз компания внезапно выставила пост, в котором предложила людям прислать в комментариях фотографии их питомца. И это произвело фурор: компания получила отклик более чем в 1000 фотографий [4].

Авиасейлс выделяет 4 принципа своей работы в области маркетинга [5]:

Нескончаемый «рисерч» – постоянный анализ аудитории и ее поведения, а также исследования трендов социальных сетей.

Креативный штурм – это формат обсуждения, который помогает придумывать креативные идеи и искать решения для сложных задач. Такой инструмент превращается в целое мероприятие, в котором принимают участие и сотрудники других отделов.

Эксперименты – компания постоянно применяет новые форматы в работу, пробуя, что понравится аудитории, а что будет восприниматься негативно. Причем в маркетинге Авиасейлс нет согласований, поэтому идеи внедряются быстро, даже если они необычные.

Доверие – этот принцип применяется в двух направлениях: развитие доверия аудитории, а также – в самой команде СММ-специалистов. Как было сказано выше, в маркетинге Авиасейлс нет согласований, что означает практически полную свободу каждого сотрудника. По словам Дарьи Смирновой, каждый член команды в праве самостоятельно выложить какой-то пост, взяв за него полную ответственность.

**Вывод.** На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что у компании Авиасейлс нестандартная и, моментами, провокационная маркетинговая стратегия. Однако этим бренд и выделяется на рынке, запоминаясь аудитории, находясь всегда на слуху из-за своих ироничных постов. Я считаю, что выбор именно такой стратегии является верным решением в современном мире, в котором важным фактором любой компании является ее конкурентоспособность.

**Список литературы:**

1. Купить авиабилеты дешево онлайн | Авиасейлс – поиск самых дешевых билетов на самолет: официальный сайт. – URL: <https://www.aviasales.ru/?params=MOW1> (дата обращения: 30.03.2024).
2. Дяченко, А. Бренд-маркетинг от Aviasales: блогеры, SMM, юмор и ПСЖР. Ключевые мысли из выпуска подкаста «Маркетинг и реальность» // vc.ru: [сайт] – 2022. – URL: <https://vc.ru/marketing/496813-brend-marketing-ot-aviasales-blogery-smm-yumor-i-pszhr-klyuchevye-mysli-iz-vypuska-podkasta-marketing-i-realnost> (дата обращения: 30.03.2024).
3. Ньюсджекинг, самоирония и мемы: как ведут свои соцсети Авиасейлс / СКАН-Интерфакс // Дзен: [сайт] – 2023. – URL: <https://dzen.ru/a/ZSIUEUt3t3nd4Hbz> (дата обращения: 30.03.2024).
4. Руководитель контент-маркетинга Авиасейлс про работу бренда с SMM и тренды 2023 // SETTERS EDUCATION: [сайт] – 2023. – URL: <https://setters.education/blog/articles/rukovoditel-kontent-marketinga-aviasejls-pro-rabotu-brenda-s-smm-i-trendy-2023> (дата обращения: 30.03.2024).
5. Внутри «SMM как у Авиасейлс». Как сммщики Авиасейлс делают это // Cossa.ru: [сайт] – 2023. – URL: <https://www.cossa.ru/trends/328349/> (дата обращения: 30.03.2024).
6. Аналитика трафика, рейтинг и аудитория aviasales.ru // Similar.web: [сайт] – 2024. – URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/aviasales.ru/#interests> (дата обращения: 30.03.2024).

Чжу Нинья, аспирант  
МГУ имени М.В. Ломоносова, РФ  
*zhuningya@gmail.com*

**ГЛОБАЛЬНАЯ ЭВОЛЮЦИЯ MARTECH:  
УНИКАЛЬНЫЙ ВКЛАД И ВЫЗОВЫ КИТАЙСКОГО РЫНКА**

**Актуальность.** Исследование мирового рынка маркетинговых технологий (Мартех) приобретает все большую актуальность, поскольку отражает динамическое развитие и диверсификацию спроса на инновационные маркетинговые инструменты. Согласно недавнему отчету Forrester<sup>2</sup>, объем глобальных инвестиций в сферу мартех в 2023 году достиг 131 миллиарда долларов США, с прогнозируемым ростом до 215 миллиардов долларов к 2027 году, что указывает на годовой рост на уровне 13.3%. Это подчеркивает не только важность маркетинговых технологий в современной бизнес-среде, но и высокий потенциал дальнейшего развития этого рынка. Необходимость адаптации к новым технологиям, ставит перед компаниями задачу интеграции этих инноваций для улучшения персонализации и расширения спроса. На фоне мировых трендов данных, впечатляюще выглядит и статистика развития рынка мартех в Китае.

---

<sup>2</sup> Liu C. Global Martech Software Forecast, 2023 To 2027 [Электронный ресурс] - Электрон. дан. - 16 янв. 2024. - Режим доступа: <https://www.forrester.com/report/global-martech-software-forecast-2023-to-2027/RES180327>, свободный.

По данным iResearch<sup>3</sup>, в 2022 году размер рынка Martech в Китае составил 618,9 миллиарда юаней (или 84,6 миллиарда долларов США).

**Анализ последних исследований и публикаций, на которые опирается автор.** Исследование опирается на данные из MarTech Map<sup>4</sup> за 2022-2023 годы и отчеты Forrester о глобальных инвестициях в Martech. Также в работе использованы анализы российских и китайских исследователей о структуре и динамике маркетинговых технологий, включая работы Ren et al.<sup>5</sup>, а также Архиповой Л.И.<sup>6</sup> и Ениной Е.С.<sup>7</sup>, подчеркивающие необходимость дальнейшего изучения специфики китайского рынка Martech. Исследование базируется на сборе и анализе первичных данных в интернете о китайском рынке для выявления ключевых тенденций и особенностей развития этого рынка.

**Целью работы** является анализ характеристик и особенностей китайского рынка Martech, а также на выявлении тенденций и изменений, которые он привносит в глобальную экосистему маркетинговых технологий.

### Результаты исследования.

Таблица 1

Оценка популярности сервисов и конкурентной среды рынка

Сервис	Комбинированный индекс популярности	Доля конкурирующих компаний, предлагающих каждый продукт	Оценка конкурентной среды рынка
Трансляция (прямые эфиры)	0.265	0.129	0.197
CRM	0.228	0.114	0.171
Креативный дизайн	0.048	0.258	0.153
Управление электронной коммерцией	0.207	0.073	0.140
BI	0.175	0.041	0.108
Автоматизация маркетинга	0.001	0.110	0.056
Послепродажное обслуживание	0.015	0.083	0.049

<sup>3</sup>上海艾瑞市场咨询有限公司. 中国MarTech市场研究报告——行业洞察篇 (Исследование рынка MarTech в Китае)— Отраслевые инсайты. 艾瑞咨询系列研究报告 [Серия исследовательских отчетов iResearch] [Электронный ресурс]. URL: [https://report.iresearch.cn/report\\_pdf.aspx?id=4231](https://report.iresearch.cn/report_pdf.aspx?id=4231) (дата обращения: 20.10.2023).

<sup>4</sup> Martechmap. Martech Interactive Supergraphic [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://martechmap.com/stackbuilder2023>, свободный.

<sup>5</sup>任之光, 赵海川, 杨凯. (2022). 营销科技的发展、应用及研究现状评述与展望 [营销科技的发展、应用以及研究现状的评论和展望] (Развитие, применение и текущее состояние исследований маркетинговых технологий: обзор и перспективы). 营销科学学报 [Журнал науки о маркетинге], 2(1), 1-11.

<sup>6</sup> Архипова, Л. И. Martech в развитии цифрового маркетинга // Управление информационными ресурсами: Материалы XIX Международной научно-практической конференции. Минск, 22 марта 2023 года. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2023. – С. 51-52.

<sup>7</sup> Енина, Е. С. Особенности рынка маркетинговых технологий в современных условиях // Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей: Материалы IV Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. Керчь, 27–28 октября 2022 года. – Керчь: ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет», 2022. – С. 30-34.

Окончание табл. 1

Сервис	Комбинированный индекс популярности	Доля конкурирующих компаний, предлагающих каждый продукт	Оценка конкурентной среды рынка
Интеллектуальное обслуживание клиентов	0.004	0.068	0.036
SCRM	0.035	0.034	0.035
CDP	0.017	0.048	0.033
CEM	0.005	0.042	0.024

*Источник:* рассчитано авторами по результатам проведенных исследований.

Анализ данных демонстрирует разнообразие в популярности и уровне конкуренции среди различных категорий цифровых сервисов. Среди них видеотрансляции и системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) выделяются благодаря своей значительной популярности (26.47% и 22.76% соответственно) и присутствию на рынке (12.85% и 11.42%), что подтверждает их ключевую роль в индустрии Martech. В то время как креативный дизайн, несмотря на существенную долю в конкурентной борьбе (25.84%), демонстрирует относительно низкую видимость (4.84%). Сектор управления электронной коммерцией также зарекомендовал себя высокой популярностью (20.68%). В то же время, инструменты бизнес-аналитики (BI) с умеренной популярностью (17.49%) и ограниченной конкурентоспособностью (4.08%) показывают значительный потенциал для развития. Эти выводы подчеркивают динамичный и разнообразный характер китайского рынка Martech, обеспечивая ценные ориентиры для стратегического развития и определения направлений для инноваций.

**Выводы.** Изложенное в данном тексте исследование, охватывающее анализ числа участников рынка, скорости его роста и разнообразия предлагаемых продуктов в сфере Martech, подводит нас к выводу о том, что китайский сектор Martech характеризуется усиленной конкурентной борьбой и стремительным развитием. Наличие большого количества игроков способствует появлению инноваций и расширению ассортимента рынка. С другой стороны, динамичное расширение рынка создает пространство для новых актеров, одновременно усиливая конкуренцию.

В условиях острой конкурентной среды уникальность продуктов становится решающим элементом, который может обеспечить поставщикам преимущество перед конкурентами. Для достижения успеха компаниям необходимо фокусироваться не только на предложении передовых технологических решений, но также на построении сильного бренда и формировании положительного общественного мнения среди потребителей. Через дифференциацию своих продуктов и услуг компании могут более эффективно отвечать на запросы покупателей и повышать их лояльность, тем самым выделяясь среди конкурентов.

#### **Список литературы:**

1. Liu C. Global Martech Software Forecast, 2023 To 2027. – Текст: электронный. – Электрон. дан. – 16 янв. 2024. – URL: <https://www.forrester.com/report/global-martech-software-forecast-2023-to-2027/RES180327>, свободный.
2. 上海艾瑞市场咨询有限公司. 中国MarTech市场研究报告——行业洞察篇 (Исследование рынка MarTech в Китае)—— Отраслевые инсайты. 艾瑞咨询系列研究报告 [Серия исследовательских отчетов iResearch] – Текст: электронный. – URL: [https://report.iresearch.cn/report\\_pdf.aspx?id=4231](https://report.iresearch.cn/report_pdf.aspx?id=4231) (дата обращения: 20.10.2023).

3. Martechmap. Martech Interactive Supergraphic. – Текст: электронный. – URL: <https://martechmap.com/stackbuilder2023>, свободный.

4. 任之光, 赵海川, 杨凯. (2022). 营销科技的发展、应用及研究现状评述与展望 [营销科技的发展、应用以及研究现状的评论和展望] (Развитие, применение и текущее состояние исследований маркетинговых технологий: обзор и перспективы). 营销科学学报 [Журнал науки о маркетинге], 2(1), 1-11.

5. Архипова, Л. И. Martech в развитии цифрового маркетинга / Л.И. Архипова // Управление информационными ресурсами: Материалы XIX Международной научно-практической конференции. Минск, 22 марта 2023 года. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2023. – С. 51-52.

6. Енина, Е. С. Особенности рынка маркетинговых технологий в современных условиях / Е.С. Енина // Теория и практика финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей: Материалы IV Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. Керчь, 27–28 октября 2022 года. – Керчь: ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет», 2022. – С. 30-34.

Чижов А. Г., студент

Научный руководитель: Чижова Н. Е., канд., экон. наук, доцент

Донецкий государственный университет, РФ

*leshachizhov1991@mail.ru*

## МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ В МАРКЕТИНГОВОМ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ

**Актуальность.** Среда, в которой работают предприятия, динамично меняется, а особенно на автомобильном рынке, где производители работают в условиях гиперконкуренции. Появляются современные требования к методам ведения маркетинговой деятельности на глобальном автомобильном рынке, которые формируются под влиянием информатизации общества, изменения вкусов потребителей и целесообразности долгосрочных отношений между субъектами рынка, необходимостью ускорения транзакций. Поэтому одной из главных функций маркетингового управления выступает обнаружение, отслеживание и реакция на последние тренды развития маркетинга и рынка в целом.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проведенный анализ последних публикаций показал, что внимание ученых привлекали актуальные вопросы управления маркетинговой деятельностью предприятий. Следует отметить, что экономическую сущность этих категорий определяли как зарубежные, так и отечественные учёные. Среди зарубежных ученых следует отметить исследование Ф. Котлера, определившего управление маркетингом как анализ, планирование, реализацию и контроль программ, которые направлены на создание, поддержку и расширение выгодных отношений с целевым покупателем для достижения глобальных целей предприятия [2]. Анализ научных работ по вопросам управления маркетингом позволил обнаружить, что целесообразным является проведение исследования, направленное на определение трендов воздействия на управление маркетинговой деятельностью предприятий.

**Целью** исследования стало изучение последних трендов развития рынка, оказывающих большое влияние на маркетинговое управление предприятий.

Маркетинг является базисом управления предприятия, его подсистемой, определяющей конечный результат деятельности любого предприятия, то есть продажа товаров или услуг с наибольшей прибылью. Предприятие, с помощью маркетингового управления, реагирует на изменения в макро- и микросреды компаний.

Проведены исследования мировых трендов, которые характеризуют глобальную автомобильную промышленность, но они, по своей сути, универсальны и характерны для всех отраслей экономики и бизнеса вообще. В ходе исследования обнаружены основные тренды, черты которых проявились в последние годы.

Таким образом, обнаружено, что на эффективное маркетинговое управление предприятий на автомобильном рынке большое влияние оказывают следующие тренды:

1. Глобальные тренды в маркетинге: урбанизация населения; создание стратегических альянсов производителей; размещение производственных мощностей близко к рынку потребления и в местах дешевых ресурсов.

2. Тренды в использовании инструментов маркетинга: инновации; диверсификация продукции; диджитализация (воздействие Интернета); создание виртуальных магазинов (автосалонов); уменьшение влияния рекламы и увеличение роли личной продажи; возрастающая роль сервиса проданной продукции.

3. Тренды относительно государственного влияния на маркетинговое управление предприятием: усиление роли государственного регулирования бизнеса в сфере безопасности и экологических норм; бережное использование природных ресурсов; создание равных конкурентных условий для всех субъектов рынка.

4. Тренды изменения поведения потребителя: рационализм в потреблении; дифференциация вкусов в зависимости от развития рынка; усложнение процесса решения потребителя по покупке.

Создание технологически сложной продукции долгосрочное и инвестиционно-расходное по содержанию. Поэтому предприятию, с одной стороны, не хватает ресурсов, как человеческих, так и финансовых, а с другой – такой процесс очень долгий. Вот почему видно глобальный тренд объединения усилий предприятий для достижения поставленных целей, т.е. производственные и сбытовые альянсы.

Последние тренды, которые наблюдаются в применении составляющих маркетингового комплекса, фактически полностью изменяют представления об использовании классических инструментов маркетинга. На первый план в продуктовой политике предприятий выходит эффективная инновационная политика. Развитие Интернета и новейших технологий побуждает к быстрым изменениям продукции и ее обновлению целью удовлетворения все новых потребностей потребителей. Это же касается и автомобильной промышленности, которая является одной из наукоемких отраслей экономики в мире. В мире, почти 25% всех капиталовложений в науку и исследование приходится именно на автомобильную промышленность [3].

Всеобщее проникновение Интернета побуждает предприятия большую часть своей деятельности переносить в Интернет, то есть происходит диджитализация коммуникаций. Потенциальные потребители проводят значительную долю своего времени в Интернете, а также используют мобильные средства коммуникаций. Поэтому и предприятиям необходимо использовать Интернет для близкой коммуникации с потребителем.

Интернет-маркетинг – это не просто очередной информационный ресурс для клиентов, это маркетинговая деятельность, направленная на изменение поведения потребителя через информационные ресурсы, она почти полностью изменила обычный

процесс покупки. Автомобиль становится не только источником передвижения, но и местом, где человек проводит до 20% своего времени [4]. Поэтому в автомобиле должно быть все, для того чтобы человек чувствовал себя комфортно и удобно. Вот почему все больше автомобилей оборудуются интернет-доступом, необходимым как для пользования потребителем, так и автомобилем (некоторым моделям необходим Интернет для обслуживания, навигации, безопасности и т.д.).

Еще один мировой тренд в рамках маркетингового комплекса наблюдается в применении и доверии потребителей к инструментам коммуникаций. Традиционная медиареклама уже не пользуется доверием у потребителей. Во главу угла выходит персональная продажа, рекомендации и доверие к личному общению со знакомыми и/или авторитетными людьми.

Другой тренд последних лет – это растущая роль сервиса в процессе принятия решения о покупке бренда и лояльности к нему. Расход владения товарами растет у потребителей, ценовая конкуренция среди производителей становится все более жестокой, а потому на первое место в процессе решения по покупке товаров выходит сервис. Именно на послепродажном обслуживании большинство производителей не только формирует лояльность покупателей к своему продукту, но и получает значительную часть своих доходов.

Таким образом, послепродажный сервис и гарантия на автомобили являются основными инструментами поддержки лояльности покупателя и ключевыми факторами при выборе второго автомобиля.

Уже больше половины доходов автопроизводителей генерируются за счет послепродажного обслуживания [4]. Поэтому все больше производителей, борясь за конкурентную цену товаров, выбирают стратегию «доступный товар – дорогой послепродажный сервис».

С развитием технологий безопасность становится одним из важнейших факторов, которые необходимо учитывать при разработке новой продукции. Это первый по значению стимулирующий фактор покупки продукции в развитых странах и третий – в странах, которые развиваются. Поэтому на автомобильном рынке потребители готовы платить большие деньги за автомобиль, который оборудован надежными средствами безопасности, такими как: ABS, подушки безопасности, средства передачи данных управление и др. В результате чего правительства развитых стран уже разработали и внедряют законодательство относительно минимальных требований к производству автомобилей и их комплектации.

Естественно, что с изменением поколений потенциальных клиентов появились и новые тренды поведения потребителя. Новое поколение проводит все больше времени в Интернете, и они уже не считают владение брендовыми продуктами – основной необходимостью. Они не считают, что владение тем или иным брендовым продуктом поднимает их престиж. У них иные ценности. Они более оптимальны. Новое поколение не хочет иметь «головную боль», где припарковать автомобиль, найти деньги на его обслуживание, проводить время в «пробках». Более того, рационализм потребления выражается, прежде всего, в том, что основным мотиватором покупки выступает все же его цена. Поэтому такое решение потребителей стимулирует производителей производить свою продукцию по более доступной цене и выбирать стратегии «массовости» и «цена-качество».

В то же время вкусы у потребителей разные в зависимости от развития экономики и рынка в целом. Потребительские приоритеты на автомобильном рынке развитых и развивающихся стран отличаются в силу разницы культуры, структуры населения, инфраструктуры, географии, богатства и исторического прошлого. Молодежь перестала покупать автомобили. Основной причиной отказа от покупки

автомобиля является все-таки цена автомобиля, а также ее составляющие и производные: стоимость запчастей и ремонта. И только уже потом – такие ценности потребителя, как здоровая жизнь, биопотребление, исторические традиции и т.п. В то же время потребители развивающихся стран предпочитают мощные, большие и дизайнерские автомобили.

**Выводы.** Появляющиеся в последнее время тренды фактически на всех товарных рынках, имеют непосредственное влияние на поведение потребителей, конкурентов, партнеров и фактически на предприятие, так как его маркетинговая стратегия умеет анализироваться, пересматриваться и корректироваться в зависимости от последних направлений развития маркетинга и конъюнктуры.

Появляются современные требования к методологии и методам ведения маркетинговой деятельности на глобальном автомобильном рынке, формируемые под влиянием информатизации общества, изменения вкусов потребителей и целесообразности долгосрочных отношений между субъектами рынка, необходимостью ускорения транзакций. Поэтому, одной из главных функций маркетингового управления выступает выявление, отслеживание и реакция на последние тренды развития маркетинга и рынка в целом.

Перспективы дальнейших исследований состоят в разработке методически обоснованных подходов к разработке маркетингового комплекса в условиях появления новых трендов на рынке автомобилей.

#### Список литературы:

1. Белявцев, М. И. Основы маркетингового управления. Учеб. пос. / Под общей редакцией М. И. Белявцева, В. Н. Воробьева, В. Г. Кузнецова. – Донецк: ДонНУ, 2003. – 327 с.
2. Котлер, Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филип Котлер: пер. з англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 224 с.
3. Deloitte. The service revolution in global manufacturing industries. 2021. – Текст: электронный. – URL: <https://www.deloitte.ru>.
4. World urbanization prospects. United Nations publications, 2021. – Текст: электронный. – URL: <https://esa.un.org/unpd/wup/Publications/Files/WUP2014-Highlights.pdf>.

<sup>1</sup>Шибаяев Д. И., <sup>2</sup>Сарычева А. С., <sup>2</sup>Баринаева А. А., <sup>2</sup>Перегудов Я. В., студенты

*Научный руководитель:* Куренков П. В., д-р экон. наук, профессор

<sup>1</sup>Российский университет транспорта (МИИТ)

<sup>2</sup>Самарский государственный университет путей сообщения (СамГУПС)

*e.dunyashkina@mail.ru, any4-sm@yandex.ru, shibaema@mail.ru, peregudovyar@gmail.com*

#### ВОСТОЧНЫЙ ПОЛИГОН ОАО «РЖД». ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «БАМ»

Модернизация железнодорожных магистралей (ЖДМ) входит в число российских национальных приоритетов. На восточном направлении это, с одной стороны, важнейший канал для наращивания грузоперевозок в Азию, а с другой – мощный импульс к экономическому развитию прилегающих территорий и повышению уровня жизни населения Восточной Сибири, Забайкалья и Дальнего Востока. Развитие Восточного полигона напрашивалось уже давно, так в период с 1891-1916 была построена Транссибирская ЖДМ, ставшая самой длинной железной дорогой в мире,



протяженностью 8300 км. Строительство Транссиба имело важное экономическое, социальное и стратегическое значение, доставка товаров из Европы в Азию сократилась в разы; строительство, сопровождающееся топографическими и геологическими исследованиями, позволили обнаружить огромное количество залежей полезных ископаемых, таких как золото, уголь и прочие; переброска войск стала легче, что явно показал опыт Русско-Японской войны 1904-1905 гг. Однако Транссибирская ЖДМ находилась вблизи границы (200 км), что ставило её в уязвимое положение в случае конфликта с соседями. Таким образом, в 1924 году на Совете труда и обороны СССР заговорили о необходимости строительства ЖДМ, параллельной Транссибу, дальше от границы, в глубине территории страны (в качестве рокадной дороги на случай войны с Японией, а также для доступа к региональным полезным ископаемым) [1-5].

После распада СССР развитие двух важнейших артерий страны не прекращалось. 4 декабря 2003 года на БАМе был открыт самый крупный в России и пятый по протяженности на планете Северо-Муйский ж.-д. тоннель протяженностью 15 километров 343 метра. В 2002 году была завершена полная электрификация и строительство двухпутной линии на Транссибе. Однако на этом перспективы развития БАМа и Транссиба не закончились. 30 сентября 2018 года Правительством РФ был утвержден «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры» (КПМИ) на период до 2024 года, одной из значимых частей которого стала реконструкция инфраструктуры Восточного полигона. В первую очередь – это обновление БАМа и Транссиба. Развитие ж.-д. инфраструктуры Восточного полигона началось еще в 2013 году, когда стало ясно, что существующих возможностей для растущего спроса на российские товары на этом направлении не хватает [5].

В 2013 году на заседании Государственной комиссии по вопросам социально-экономического развития Дальнего Востока, Республики Бурятия, Забайкальского края и Иркутской области было принято решение о государственной поддержке реализации проекта и фактически положено начало первому этапу развития Восточного полигона. В компании были сформированы комплексные инвестиционные проекты «Модернизация железнодорожной инфраструктуры Байкало-Амурской и Транссибирской железнодорожных магистралей с развитием пропускных и провозных способностей» и «Комплексное развитие участка Междуреченск – Тайшет Красноярской железной дороги» [2].

**Второй этап** программы расширения Восточного полигона реализуется с 2018 по 2024 г. и, согласно паспорту проекта, предполагает увеличение провозной способности до 180 млн. тонн в 2024 г. со 158 млн. тонн в 2022 г. Помимо увеличения грузооборота, необходимость которого была вызвана внешнеполитической обстановкой и увеличением торговых отношений со странами Азии, к началу 2025 года было запланировано усилить систему тягового электроснабжения на железнодорожных участках протяженностью 5422 км. Таким образом, в ходе второго этапа модернизации Восточного полигона планируется полностью электрифицировать БАМ, участки Транссиба, вследствие чего снизить затраты на топливо [1]. Также продолжается строительство разъездов, стрелок, обходных путей и ликвидация узких мест на участках Байкало-Амурской и Транссибирской магистралей. Конечной целью поставлено сокращение срока доставки всех грузов из Азии в Европу до семи суток.

**Третий этап** модернизации Восточного полигона «РЖД» разделила на три подэтапа. На первом из них провозная способность увеличится до 197 млн. т. в год. **Первый подэтап** предполагает развитие участка от Улака (Амурская область) до Ванино (Хабаровский край) под вывоз угля и включает 84 объекта. Срок реализации этого подэтапа – 2027 год.

В рамках *второго подэтапа*, который будет длиться до 2030 г., провозная способность сети должна составить уже 210 млн т в год, в эксплуатацию введут еще 45 объектов [3]. Полностью третий этап должен завершиться в 2032 г., а провозная способность вырастет до 255 млн. т.

За счет комплексной модернизации двух основных веток — БАМа и Транссиба - пропускная способность ж.-д. сети должна увеличиться почти в пять раз, с 75 до 255 миллионов тонн, транзитный контейнеропоток — в четыре раза, время доставки грузов по железным дорогам из Азии в Европу сократится до 7 суток. Одновременно расширение трансевразийского коридора обеспечит новые производства и рабочие места — одних только железнодорожников и квалифицированных строителей потребуется более чем пятьдесят специальностей. Чтобы сделать территории, прилегающие к Восточному полигону, более привлекательными для жизни и работы, ведется развитие социальной инфраструктуры, создаются более комфортные условия для труда, отдыха, образования, медицинского обслуживания.

БАМ и Транссиб стали векторами экономического роста, благодаря которым улучшится снабжение товарами жителей Восточной Сибири, Забайкалья, Дальнего Востока, а транспортная связь с другими частями страны станет более оперативной и доступной. Это играет немаловажную роль и для развития туризма, поскольку спрос на путешествия по этим направлениям очень высок, многих привлекают эти живописные места [1-5].

Грузонапряженность — это перевозка миллионов тонн на 1 км дороги. Данный показатель в абсолютно уникальный и ОАО «РЖД» занимает 1 место, более 30 млн. тонн ОАО «РЖД» перевозят на 1 км дороги. 2 место занимаем по грузообороту, 3 место по эксплуатационной длине, 4 место по пассажирообороту. На сегодняшний день эти высокие места — это ежедневный труд коллектива [6]. ОАО «РЖД» также встает на путь к технологической независимости. Выпущен новый до последнего винтика российский поезд из серии «Ласточка». Их делают на заводе «Уральские локомотивы» в Верхней Пышме. Данные поезда вскоре будут поставлять в 21 регион страны.

Для пассажирских перевозок разработаны отечественные плацкартные вагоны нового габарита «Т», которые могут использоваться на всех ЖДМ и будут выпущены в декабре 2024 года.

Железная дорога — это полотно, связывающее Россию с другими государствами. Поэтому «РЖД» должны активно взаимодействовать с портовыми службами и пограничными, особенно на тех рубежах, где принимаются и отправляются составы из дружественных стран. Очень важная задача, стоящая перед «РЖД», — развитие транспортных коридоров, особенно коридоров «Север-Юг» и «Запад-Восток» [8-14]. Все коридоры, по последним показателям, дают прирост, восток — плюс 5% в целом, экспорт — плюс 7%. Отдельно, особняком стоят перевозки с Китаем, поэтому на 2024 год перед ОАО «РЖД» стоит еще одна из главных задач — увеличить рост товарооборота с Китаем — более 200 млрд, что уже видно в объеме перевозок. Придерживаясь данным требованиям, «РЖД» сделали новый модульный вокзал, полностью Российского производства. Производство в двух регионах: в Санкт-Петербурге и в Чечне. Собран из экологического каркаса, из прессованного бруса, повышенная огнестойкость Его можно быстро собрать и установить. Также хочется отметить его долговечность, 50 лет. Отдельное важное направление для экономики страны — перевозка контейнерных грузов с Дальнего Востока. Сейчас загрузка составляет около 60%. Увеличить показатель удалось за счет роста количества терминалов с 6 до 17 на Дальнем Востоке. В итоге, в том числе, эта работа помогает увеличивать грузопоток на транспортных коридорах. «РЖД» - одна из самых бурно-

развивающихся компаний страны. И только инвестиций в отрасль ожидается более триллиона рублей [6].

На встрече с президентом Владимиром Путиным глава «РЖД» Олег Белозеров рассказал, какие ключевые изменения в работе компании произошли за 20 лет [7]. Например, если брать грузооборот, сейчас на долю ж.-д. транспорта приходится 87% в среднем по стране. Олег Белозеров (ген. директор ОАО «РЖД»): Грузонапряженность – это показатель перевоза миллионов тонн на один километр дороги. И, соответственно, вот этот показатель у нас абсолютно уникальный. Мы на первом месте более 30 миллионов тонн мы перевозим на один километр дороги. Второе место занимаем по грузообороту, третье место по эксплуатационной длине, четвертое место по пассажирообороту. Индия и Китай, понятно, почему там большое население. Япония делала всегда акцент на железнодорожный транспорт, поэтому у них тоже высокие показатели. Но сегодняшние эти высокие места – это ежедневный труд коллектива [7].

Уже удалось создать новый модульный вокзал. Производство идёт в двух регионах, в Санкт-Петербурге и в Чечне. Срок эксплуатации 50 лет, при этом смонтировать конструкцию можно всего 4 дня. Уже в планах установка 15 таких вокзалов. Также созданный полностью отечественный поезд из серии «Ласточка». Новые пассажирские вагоны габарита «Т» станут более комфортными. Они будут на 30 сантиметров шире, а значит полка длиннее не метра 83, а 2 метра. Появится и дополнительное пространство для прохода по вагону. Когда такой вагон будет? Олег Белозеров: в декабре, вот именно габарита Т. Очень серьёзно продвинулись в модульных вокзалах и в платформах. Это традиционно малые вокзалы и платформы. Проблемой является их содержание.

Отдельное важное направление для экономики страны — перевозка контейнерных грузов с Дальнего Востока. Как отметил Олег Белозеров, сейчас загрузка около 60%. Увеличить показатель удалось за счет роста количества терминалов с 6 до 17 на Дальнем Востоке. В итоге, в том числе, эта работа помогает увеличивать грузопоток на транспортных коридорах.

Ожидается рост товарооборота с Китаем более 200 млрд долл. Увеличивать грузооборот помогает и работа по модернизации погранпереходов, а также использование на пунктах пропуска новых режимов и технологий. Ещё одна важная тенденция – это рост объёмов грузов, которые доставляются железной дорогой в порты на экспорт. Если раньше цифра была 40%, то сейчас уже 78%. Сейчас используют инновационные технологии. Речь о тяжеловесном движении, например, на Восточном полигоне на 17% прирост по поездкам с увеличенной массой. Инвест-программа – это примерно 1,2 трлн рублей, и ключевой вопрос – это строительство на Восточном полигоне [7].

#### **Список литературы:**

1. Восточная перспектива. Как модернизация БАМа и Транссиба изменит жизнь в России. – Текст: электронный // <https://lenta.ru/>: [сайт]. – URL: <https://lenta.ru/articles/2022/05/26/eastoersp/> (дата обращения: 22.11.2023).
2. РЖД развивают инфраструктуру Восточного полигона. – Текст: электронный // <https://company.rzd.ru/>: [сайт]. – URL: <https://company.rzd.ru/ru/9401/page/78314?id=207215> (дата обращения: 22.11.2023).
3. РЖД скорректировала программу модернизации БАМа и Транссиба. – Текст: электронный // <https://company.rzd.ru/>: [сайт]. – URL: <https://company.rzd.ru/ru/9401/page/78314?id=210583> (дата обращения: 22.11.2023).
4. Развитие Восточного полигона - этапы большого пути. – Текст: электронный // <http://eav.ru/>: [сайт]. – URL: <http://eav.ru/publ1.php?publid=2021-11a06> (дата обращения: 22.11.2023).

5. Презентация к докладу начальника Восточно-Сибирской железной дороги. – Текст: электронный. – URL: <https://www.irgups.ru/>.
6. Вести в 20.00. Эфир от 12.01.2024. – URL: <https://smotrim.ru/amp/video/2743455>.
7. Глава РЖД рассказал о новых вагонах с двухметровыми полками. – URL: [https://smotrim.ru/article/3748685?utm\\_source=internal&utm\\_medium=serp\\_news&utm\\_campaign=serp\\_news/](https://smotrim.ru/article/3748685?utm_source=internal&utm_medium=serp_news&utm_campaign=serp_news/).
8. Конкуренция между магистралями направления «Север – Юг» / С.П. Вакуленко и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 23-30.
9. Развитие транспортного коридора «Север – Юг» как стратегическая задача / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №1. – С. 11-22.
10. Мультимодальная доставка грузов из России в Иран и Индию по транспортному коридору «Север – Юг» / П.В. Куренков и др. // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2020. – №3. – С. 15-23.
11. Котляренко А.Ф., Тучков Э.В., Куренков П.В. Повышение эффективности внешнеторговых перевозок через порты Юга России // Железнодорожный транспорт. – 2003. – № 2. – С. 30-35.
12. Афенин О.М., Куренков П.В., Мойсевич Н.В. Конкуренция между магистралями направления «Север - Юг» и геополитическая безопасность России в Каспийском регионе // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник. – 2014. – №3. – С. 12-24.
13. Логистика взаимодействия Центра координации работы компаний-операторов Южно-Уральской железной дороги и морских портов / А.С. Левченко и др. // Бюллетень транспортной информации. – 2007. – № 1(149). – С. 15-20.
14. Перспективы и пути роста геополитической, геоэкономической и геологической роли транспортных систем России, СНГ и Балтии / Г.В. Бубнова и др. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – №9-2(24). – С. 3-12.

## Секция «Экономическая безопасность»

Артамонова И. О., студентка  
Научный руководитель: Давлианидзе Я. С., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*irika.artamonova@mail.ru*

### ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ТРАНСФОРМАЦИЮ РЫНКОВ ТРУДА

**Актуальность.** Искусственный интеллект в настоящее время проникает во многие сферы жизни включая бизнес, образование, здравоохранение, строительство и другие. Одно из основных направлений использования искусственного интеллекта – автоматизация различных процессов, которая позволяет повысить эффективность работы и при этом снизить трудозатраты. В то же время развитие искусственного интеллекта неизбежно приводит к значительным изменениям на рынке труда. Многие профессии начинают исчезать, некоторые адаптируются под текущие условия, появляются новые специальности.

**Анализ последних исследования и публикаций.** Вопросы влияния искусственного интеллекта на трансформацию рынков труда нашли свое отражение в различных научных трудах А. Воротынской, А. Зотина, Д. Круглова, Е. Поздеевой, П. Селезнева, А. Соснило.

Однако стремительное развитие искусственного интеллекта и его растущее влияние на рынок труда требуют дальнейших исследований.

**Цель исследования** заключается в определении влияния искусственного интеллекта на изменение современного рынка труда.

**Результаты исследования.** Одним из основных способов воздействия искусственного интеллекта на рынок труда является автоматизация трудоемких задач и процессов. Большинство рутинных задач, которые изначально выполняли люди, теперь выполняются компьютерами и роботами.

Использование искусственного интеллекта для решения трудоемких задач меняет спрос на специальные квалификации и навыки. В частности, в большинстве профессий повышаются требования к знанию компьютерной грамотности и знанию алгоритмов. Появляются и новые профессии, которые связаны с разработкой и поддержкой систем искусственного интеллекта, например инженеры машинного обучения и разработчики компьютерных алгоритмов.

Необходимо отметить, что в некоторых профессиях спрос на «человеческие» навыки и экспертное мнение остается достаточно высоким, потому что искусственный интеллект не может полностью заменить человеческий труд. Сюда относятся врачи и учителя, которые обладают определенными навыками и знаниями, которые невозможно заменить роботами. Существует множество профессий, где важно взаимодействие с потребителем, требующее человеческого взаимодействия и коммуникационных навыков.

В то же время процесс внедрения искусственного интеллекта вызывает опасения по поводу грозы потери рабочих мест. По данным McKinsey Global Institute, к 2030 году автоматизация может затронуть до 375 миллионов работников, что составляет около 14% глобальной рабочей силы. Больше всего от этого пострадают США, где работу могут потерять 39% сотрудников, меньше всего пострадает Германия, где работы лишится 21% сотрудников [1].

Процесс роботизации также окажет серьезно давление на российскую экономику несмотря на то, что она несколько отстает от мировых лидеров в области технологий. В настоящее время по плотности роботизации Россия занимает одно из последних мест в мировой рейтинге роботизации производства.

Рассмотрим, какие отрасли окажутся наиболее роботизированными в России.

По данным исследований компании McKinsey, наибольшее количество работников будут уволены в сфере производства, так как промышленные роботы получают максимальное развитие (рис. 1).

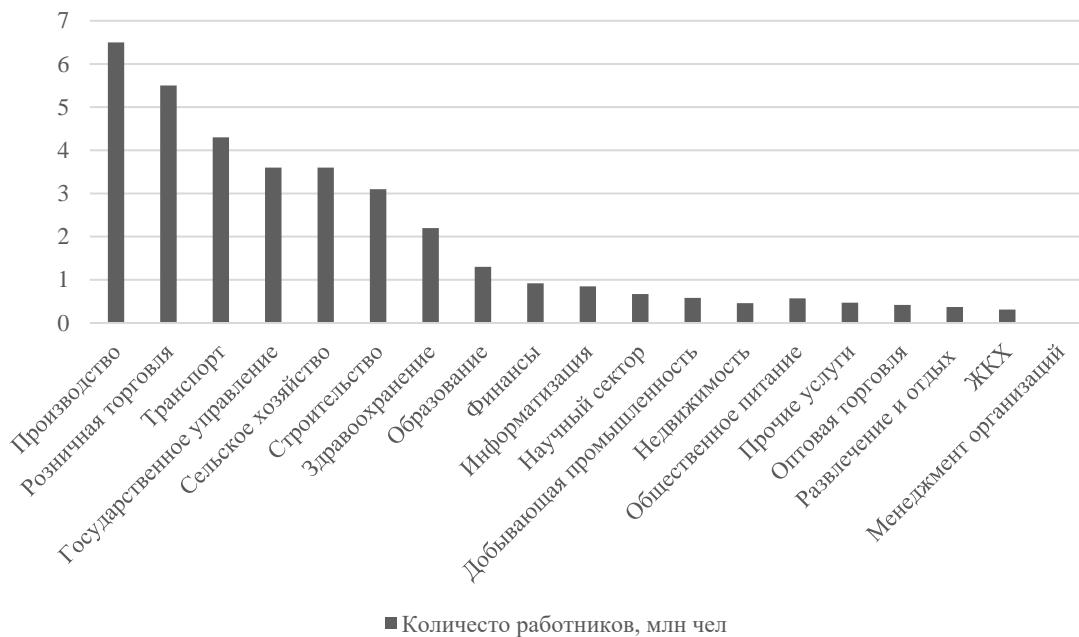


Рис. 1. Численность занятого населения, высвобождающегося в результате роботизации в российской экономике (составлено автором на основе [1])

Сектор розничной торговли также потерпит значительные изменения и будет автоматизирован. Благодаря использованию программных продуктов и использованию искусственного интеллекта, безналичные расчеты не будут требовать того количества торгового персонала, которое занято в настоящее время.

Значительно пострадает также транспортный сектор, поскольку происходит активное развитие беспилотного транспорта в области как грузовых, так и пассажирских перевозок. Это затронет автомобильный, железнодорожный и водный транспорт. В меньшей степени и с определенными отставаниями искусственный интеллект начнет вытеснять пилотов в авиационном транспорте.

Последствия процесса роботизации:

1. Пока что роботы заменяют только низкоквалифицированных рабочих и преимущественно работников, которые выполняют рутинную работу. Но уже можно наблюдать за тем, как искусственный интеллект начинает вытеснять и высококвалифицированный персонал.

2. Активное использование искусственного интеллекта получит более широкое внедрение робототехники, что приведет к снижению спроса на рабочую силу. Разрыв между спросом и предложением приведет к нарушению равновесия и будет способствовать развитию структурной безработицы.

3. Появление новых профессий, которые приспособлены к современным условиям, могли бы снизить напряжение на рынке труда. Данные профессии

предполагают наличие компетенций по смежным видам деятельности и связаны с высокоинтеллектуальным трудом. Но они появляются редко и требуют серьезных преобразований в системе переподготовки и повышении квалификации кадров и в целом в системе профессионального образования.

4. Наблюдается рост уровня всех видов безработицы и социальной напряженности в обществе.

Технологии искусственного интеллекта и роботизации серьезно влияют на рынок труда, при этом неоднозначно влияют на рынок в целом. С одной стороны, роботизация создает условия для формирования так называемого «суперкапитализма», при котором будет происходить не просто уменьшение количества рабочих мест, но и вымывание среднего класса с более низкими доходами в результате высвобождения не только низкоквалифицированных рабочих мест, но и тех, которые требуют высокие компетенции. Некоторые специалисты считают, что блага, в том числе, которые создаются за счет новых технологий, будут распределяться неравномерно среди населения, а часть населения и вовсе будет исключена из экономической деятельности. В результате, пока значительная часть среднего класса, представленная наемными работниками, будет приспосабливаться к новой реальности, теряя для этого часть доходов, другая часть – собственники капиталов и средств производства будут продолжать богатеть. Таким образом, разрыв в уровне жизни между различными слоями населения будет увеличиваться, как в развитых странах, так и в развитых странах третьего мира [2].

С другой стороны, искусственный интеллект и роботизация имеют потенциально положительные последствия как для экономики, так и для общества. Технологии робототехники оказывают влияние не только на человека, но и на компании. В организационной структуре постепенно появляются новые специализированные подразделения, такие как IT-отделы, финансовые и робототехнические отделы.

Для того, чтобы минимизировать отрицательные последствия научно-технологического развития, которое сопровождается внедрением искусственного интеллекта в практическую жизнь, необходимо совершенствовать все ступени системы образования, обеспечить появление новых отраслей знаний с углубленным изучением искусственного интеллекта, квантовыми процессами, гравитационным взаимодействием объектов.

Кроме того, важно разработать социальную и экономическую политику, способствующую адаптации на рынке труда и снижению неравенства между различными слоями населения. Государственные органы играют важную роль в решении данного вопроса, поскольку они могут поддержать образование и переподготовку, а также создать благоприятные условия для развития искусственного интеллекта.

**Выводы.** Развитие искусственного интеллекта является двойственным явлением, которое вносит существенные изменения на рынок труда, так как открывает новые возможности для создания новых рабочих мест и улучшения качества работы в различных отраслях.

#### **Список литературы:**

1. Акьюлов, Р. И. роль искусственного интеллекта в трансформации современного рынка труда / Р. И. Акьюлов, А. А. Сковпень. – Екатеринбург, 2019. – С. 30-40.
2. Бондарева, Н. Н. Состояние и перспективы развития роботизации: в мире и России / Н. Н. Бондарева. – Москва, 2022. – С. 49-57.

Балдина А. Е., студент  
Научный руководитель: Малыгина В. Д., д-р экон. наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли  
им. М. Туган Барановского», РФ  
*baldina.nastya12@gmil.com*

## ГАРМОНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ И ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Гармонизация промышленной и торговой политики играет важную роль в обеспечении экономической безопасности страны. Эти два направления экономической деятельности взаимосвязаны и взаимозависимы, и их согласованное развитие способствует устойчивости экономики, созданию рабочих мест, увеличению производства и улучшению качества жизни граждан.

В современном мире, где конкуренция на рынке становится все более острой, вопрос обеспечения экономической безопасности становится ключевым для государств и компаний. Одним из важнейших аспектов обеспечения экономической безопасности является гармонизация промышленной политики, которая позволяет создать условия для устойчивого развития отраслей экономики.

Первоначально следует определить понятие "гармонизация промышленной политики". Это процесс выработки и выполнения согласованных стратегий и мероприятий, направленных на сближение интересов всех участников отрасли, повышение конкурентоспособности производителей, а также на содействие долгосрочному стабильному развитию сектора. Гармонизация промышленной политики может быть как внутренней (в рамках страны), так и международной (между странами).

Одним из ключевых моментов гармонизации промышленной политики является согласование интересов государства, бизнеса и общества. Государственные органы должны создавать условия для развития промышленности, обеспечивать стабильность и прозрачность правового регулирования, поддерживать инфраструктуру и инновации. Бизнесу необходимо инвестировать в реализацию современных технологий, повышать квалификацию персонала, выпускать качественную продукцию, соответствующую мировым стандартам. Общество, в свою очередь, должно проявлять интерес к развитию отечественной промышленности, приобретая отечественные товары и поддерживая местных производителей [1].

Промышленная деятельность оказывает значительное воздействие на окружающую среду и социальные условия жизни людей. Поэтому важно, чтобы при разработке и реализации промышленной политики учитывались именно эти факторы.

Экологическая составляющая включает в себя минимизацию вредного воздействия промышленных процессов на природу, использование энерго- и ресурсосберегающих технологий, а также соблюдение стандартов экологической безопасности. Это позволяет снизить загрязнение воздуха, воды и почвы, сохранить биоразнообразие и обеспечить устойчивое использование природных ресурсов.

Социальная составляющая включает в себя создание рабочих мест, обеспечение достойных условий труда, соблюдение прав работников, а также социальная ответственность компаний перед обществом. Это способствует улучшению качества жизни людей, снижению социальных конфликтов и укреплению социальной стабильности.

Гармонизация промышленной политики с учетом экологических и социальных аспектов развития является важным условием для создания устойчивой и



благоприятной среды для жизни и деятельности людей. Такой подход способствует достижению баланса между экономическими, экологическими и социальными интересами, что является основой для устойчивого развития общества.

Гармонизация промышленной политики также предполагает сотрудничество между государствами с целью создания единой экономической зоны, стимулирования торговли и инвестиций, а также совместного решения проблем, связанных с международным терроризмом, киберугрозами и другими угрозами экономической безопасности [2].

Также, торговая политика играет ключевую роль в обеспечении экономической безопасности государства. Торговля является важным источником доходов для государства, способствует развитию экономики и обеспечивает доступ к необходимым ресурсам и технологиям. Однако при неправильном подходе к торговой политике страна может столкнуться с рядом проблем, которые могут негативно повлиять на ее экономическую безопасность.

Первое и одно из основных преимуществ торговой политики в контексте экономической безопасности – это возможность разнообразить экономику и уменьшить зависимость от отдельных отраслей. Развитие внешней торговли позволяет стране иметь доступ к широкому спектру товаров и услуг, что способствует разнообразию предложения на рынке и снижению рисков, связанных с изменениями внутреннего рынка. Таким образом, разнообразная торговля помогает смягчить воздействие внешних экономических кризисов на экономику.

Важным аспектом торговой политики является также поддержание равновесия внешнеторгового баланса является защита от действий других стран, которые могут нарушить честную конкуренцию. Например, субсидии или демпинговые цены могут исказить рыночные условия и создать неравные условия для отечественных производителей. В таких случаях государство может применять антидемпинговые меры, введение контрсанкций, тарифные барьеры или обращаться в Всемирную торговую организацию (ВТО) для разрешения споров.

Более того, торговая политика может играть ключевую роль в защите отечественных производителей от недобросовестной конкуренции со стороны иностранных поставщиков. Защита отечественных производителей через введение торговых барьеров и тарифов способствует сохранению рабочих мест и развитию национальной экономики [3].

В связи с этим, торговая и промышленная политика играют важную роль в обеспечении экономической безопасности государства. Правильно разработанная и реализованная торговая политика способствует развитию экономики, укреплению финансовой стабильности и защите интересов отечественных производителей. Поэтому важно, чтобы все участники – государство, бизнес, общество – стремились к общей цели и работали сообща для достижения успеха в обеспечении экономической безопасности страны и приоритетов национальной экономической политики.

#### **Список литературы:**

1. Кузнецов, А.В. Экономическая безопасность и глобализация: вызовы и возможности / А.В. Кузнецов. – Москва: Университетская книга, 2022. – 89 с.
2. Петрова, О.Н. Теоретические основы гармонизации промышленной и торговой политики в условиях мирового рынка / О.Н. Петрова. – Москва: Главная книга, 2021. – 104 с.
3. Григорьев, С.С. Мировой опыт гармонизации экономической политики и его применение в российских условиях / С.С. Григорьев. – Санкт-Петербург: Экономический форум, 2022. – 210 с.

Власюк А. П., студентка  
 Научный руководитель: Селиванова Ю. В., канд. экон. наук, доцент  
 Донецкий государственный университет, РФ  
 anna.vlasyuk.2002@mail.ru

## **ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Актуальность* данной темы заключается в том, что финансовая составляющая экономической безопасности – один из ключевых элементов для стабильного функционирования предприятия, а также его развития. В своей деятельности предприятие регулярно подвержено различным рискам и угрозам, реализация которых, особенно в последние годы, усугубила состояние экономической безопасности многих предприятий.

Вопросами финансовой безопасности активно занимались Л.В. Агаркова (разработка управления финансовой безопасностью), И.Д. Аникина (исследование индикаторов финансовой безопасности), А.И. Барановский (сущность финансовой безопасности) и другие ученые. Однако, в силу активно меняющейся ситуации на рынке, такой вопрос как влияние финансовой безопасности на устойчивое развитие предприятия, возможные риски финансовой составляющей и разработка мероприятий для минимизации ущерба изучен недостаточно.

*Цель данной работы* – исследовать степень взаимосвязи между финансовой безопасностью и устойчивым развитием предприятия, а также влияние финансовой устойчивости на экономическую безопасность (на примере ПАО «ИНГРАД»).

Для выявления степени влияния финансового компонента экономической безопасности на устойчивое развитие предприятия проанализируем экономическую безопасность в разрезе финансовой составляющей предприятия ПАО «ИНГРАД» за 2020-2022 гг.

ПАО «Инград» – инвестиционно-девелоперский холдинг. Основная деятельность предприятия – строительство жилья бизнес-класса в Москве и Московской области.

Для оценки уровня финансовой безопасности ПАО «ИНГРАД» рассчитаем интегральный показатель финансовой безопасности. Для этого стоит вычислить степень отклонения фактический индикаторов от их пороговых значений (табл. 1).

Таблица 1

Показатели-индикаторы финансовой безопасности ПАО «ИНГРАД» и их отклонения от пороговых значений

Показатели	Пороговое значение	Значение показателя			Отклонение		
		2022г.	2021г.	2020г.	2022г.	2021г.	2020г.
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Показатели ликвидности</b>							
Коэффициент текущей ликвидности	>1,5	4,05	3,55	3,97	2,55	2,05	2,47
Коэффициент быстрой ликвидности	≥1,0	5,06	2,18	2,83	4,06	1,18	1,83
Коэффициент абсолютной ликвидности	>0,2	2,6	2,1	2,6	2,4	1,9	2,4
<b>Показатели финансовой устойчивости</b>							
Коэффициент автономии (финансовой независимости)	0,5	0,51	0,5	0,5	0,01	0	0
Коэффициент концентрации заемного капитала	0,5	0,56	0,6	0,57	0,06	0,1	0,07

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Коэффициент финансовой зависимости	0,6	0,49	0,5	0,5	-0,11	-0,1	-0,1
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,2-0,5	-0,2	-0,23	-0,24	-0,4	-0,43	-0,44
Коэффициент финансовой устойчивости	0,9	0,95	0,9	0,94	0,05	0	0,04
Коэффициент финансового риска	<0,7	0,97	0,99	0,98	0,27	0,29	0,28
Показатели деловой активности							
Коэффициент оборачиваемости активов	>1	0,06	0,04	0,07	-0,094	-0,096	-0,093
Показатели рентабельности							
Рентабельность активов	5%	2,08	4,21	8,02	-3,02	-0,79	3,02
Рентабельность собственного капитала	15%	14,33	15,1	9,86	-0,67	0,1	-0,14
Рентабельность активов от чистой прибыли	>1	0,61	0,07	1,25	-0,39	0,25	0,934

Найдем интегральные значения показателей финансовой безопасности по отдельным группам:

1. Показатели ликвидности:

$$R_{2020}^{лк} = 2,47 + 1,83 + 2,4 = 6,7$$

$$R_{2021}^{лк} = 2,05 + 1,18 + 1,9 = 5,13$$

$$R_{2022}^{лк} = 2,55 + 4,06 + 2,4 = 9,01$$

2. Показатели финансовой устойчивости:

$$R_{2020}^{фy} = 0 + 0,07 - 0,1 - 0,44 + 0,04 + 0,28 = -0,15$$

$$R_{2021}^{фy} = 0 + 0,1 - 0,1 - 0,43 + 0 + 0,29 = -0,14$$

$$R_{2022}^{фy} = 0,01 + 0,06 - 0,11 - 0,4 + 0,05 + 0,27 = -0,12$$

3. Показатели деловой активности:

$$R_{2020}^{да} = -0,093$$

$$R_{2021}^{да} = -0,096$$

$$R_{2022}^{да} = -0,094$$

4. Показатели рентабельности:

$$R_{2020}^{рб} = 3,02 - 0,14 + 0,934 = 3,81$$

$$R_{2021}^{рб} = -0,79 + 0,1 + 0,25 = -0,44$$

$$R_{2022}^{рб} = -3,02 - 0,67 - 0,39 = -4,08$$

Таким образом, осуществим расчет интегральной оценки финансовой безопасности ПАО «ИНГРАД» за 2020-2022 гг.:

$$R_{ФБ}^{2020} = 6,7 - 0,15 - 0,093 + 3,81 = 10,267$$

$$R_{ФБ}^{2021} = 5,13 - 0,14 - 0,096 - 0,44 = 4,454$$

$$R_{ФБ}^{2022} = 9,01 - 0,12 - 0,094 - 4,08 = 4,716$$

Следовательно, можно определить пороговое значение интегральной оценки финансовой безопасности для ПАО «ИНГРАД»:

$$R_{\text{ДФБ}} = 13$$

Представим результаты исследования в виде диаграммы (рис. 1).

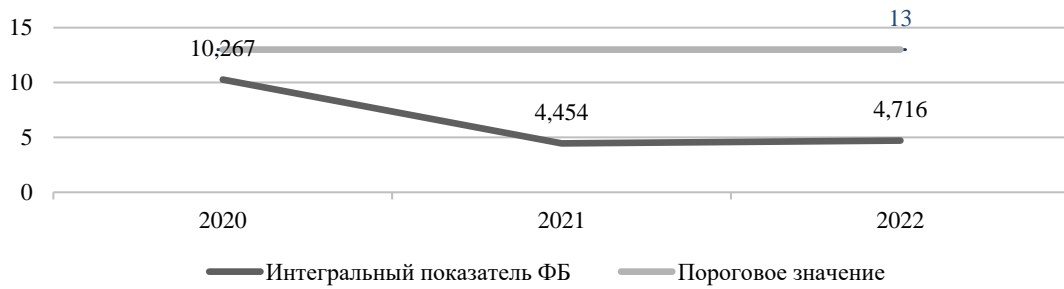


Рис. 1. Динамика интегрального показателя финансовой безопасности ПАО «ИНГРАД» за 2020-2022 гг.

Таким образом, на основе динамики можем сделать вывод, что интегральный показатель финансовой безопасности имеет тенденцию к снижению.

За период 2020-2022 гг. показатель достиг максимума в 2020 г., составив 10,267, что на 5,813 и 6,5 больше, чем в 2021 и 2022 годах соответственно. Такое снижение связано с нестабильной политической ситуацией (в первую очередь с санкциями, т. к. большую часть материалов поставляли из-за границы), а также пандемией COVID 19. Также, следует отметить, что за исследуемый период показатель не достиг порогового значения, а в 2021 и 2022 годах был значительно ниже его. На основании вышесказанного следует, что ПАО «ИНГРАД» обладает низким уровнем финансовой безопасности. Учитывая, что данные показатели являются одной из важнейших составляющих в экономической безопасности, можем сделать вывод, что и уровень экономической безопасности ПАО «ИНГРАД» также снизился.

Для решения данной ситуации опишем основные риски, возможные последствия и возможные мероприятия для минимизации ущерба от реализации данных рисков в таблице 2.

Таблица 2

Последствия реализации рисков и мероприятия для минимизации ущерба от данных рисков

Риск	Последствия	Мероприятия
<i>Обострение политической ситуации</i>	- нарушение обязательств; - проблемы в реализации инвестиционных проектов; - штрафы; - недостижение стратегических целей.	- мониторинг политической ситуации, изменений законодательства; - уведомление менеджмента об ухудшении политической ситуации.
<i>Рост себестоимости материалов</i>	- снижение финансовых результатов; - рост цен на услуги; - возможность банкротства.	- прогнозирование динамики цен; - мониторинг рынка цен на необходимые материалы.
<i>Изменение условий на рынке</i>	- падение спроса на услуги; - рост цен на услуги; - ужесточение конкуренции.	- контроль и анализ рыночной среды и рыночной ситуации; - мониторинг цен на услуги конкурентов.

Таким образом, проанализировав деятельность предприятия, его финансовые показатели, а также возможные риски, можем сделать вывод, что способность предприятия устойчиво развиваться, в первую очередь, зависит от того, насколько адекватно и своевременно оно может реагировать на изменения во внешней среде (как, например, пандемия, нестабильность в политической ситуации и т.д.). Действия, предпринятые, в таких случаях, отражаются на финансовой устойчивости. Проведение регулярного мониторинга ситуации на рынке, грамотная разработка мероприятий по

устранению последствий, анализ финансового состояния предприятия позволит обеспечить наиболее успешное функционирование и дальнейшее развитие. Только достигнув финансовой устойчивости состояние экономической безопасности предприятия будет на высоком уровне.

**Список литературы:**

1. Хаванских, С. Н. Система финансовой безопасности предприятия / С. Н. Хаванских // Научный журнал. – 2019. – № 6 (40). – С. 42-44.
2. ПАО «Инград»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ: сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – URL: [https://www.audit-it.ru/buh\\_otchet/7702336269\\_pao-ingrad](https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7702336269_pao-ingrad) (дата обращения: 03.04.2024).
3. Фелюст, А. А. Роль финансовой безопасности в системе экономической безопасности Российской Федерации / А. А. Фелюст // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – Москва, 2009. – № 19. – С. 67–69.

Воронцов М. А., студент  
*Научный руководитель:* Давлианидзе Я. С., канд. экон. наук, доцент  
 Донецкий государственный университет, РФ  
*maksyv2011@mail.ru*

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ  
 ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Актуальность.** В условиях интернационализации современной экономики одной из важнейших проблем является обеспечение экономической безопасности предприятия от внутренних и внешних угроз. Для решения этой проблемы необходимо сформировать алгоритм прогнозирования уровня экономической безопасности предприятия на основе интегрального показателя.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Большой вклад в разработку данной темы внесли такие ученые, как М.О. Кизим, Ю.Г. Лысенко, С.Г. Мищенко, К.С. Половнев, Р.А. Руденский, А.А. Спиридонов, К.С. Половнев, В.В. Шликов, и др.

**Целью исследования** является прогнозирование уровня экономической безопасности предприятия.

**Результаты исследования.** С помощью алгоритма обеспечения экономической безопасности предприятия выполним оценку ее состояния на примере АО «КОНТИ-РУС». Исходные данные для анализа, сформированные на основе показателей бухгалтерской отчетности, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Исходные данные для регрессионного анализа АО «КОНТИ-РУС»

Годы	Чистая рентабельность	Балансовая прибыль	Оборачиваемость кредиторской задолженности	Продолжительность финансового цикла
2018	2,41	464 230	5,89	31,31
2019	4,74	655 686	7,72	52,48
2020	3,85	537 204	7,785	55,31
2021	1,57	248 822	6,265	50,21
2022	1,17	237 090	6,765	45,42

С помощью «Пакета анализа» в программе Excel проведем регрессионный анализ. В результате проведенного анализа получим следующее уравнение регрессии:

$$y = -1,9 + 0,00001x - 0,161x_2 + 0,049x_3$$

Для фактора  $x_1$  «Балансовая прибыль» выбрана модель:

$$y = 48882x^3 - 481104x^2 + 1E+06x - 422412$$

График модели временного ряда «Балансовая прибыль» приведен на рис. 1.

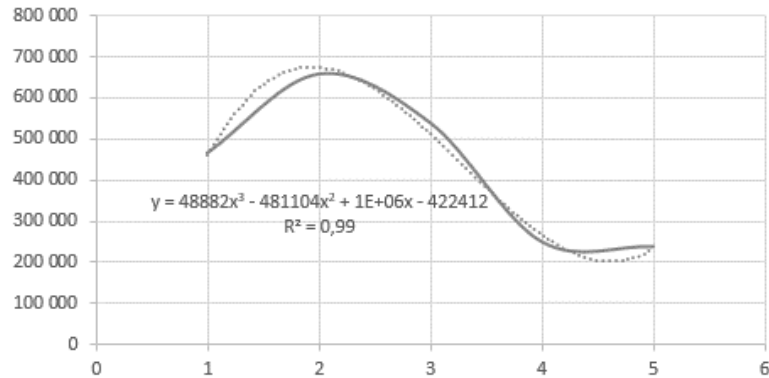


Рис. 1. График прогнозных значений балансовой прибыли

Для фактора  $x_2$  «Оборачиваемость кредиторской задолженности» выбрана модель:

$$y = 0,3154 x_3 - 3,142 x_2 + 9,2926x - 0,625$$

На основании модели получены следующие прогнозные оценки: значение показателя «оборачиваемость кредиторской задолженности» в 2023 г. составит 10,15 оборотов, а в 2024 г. – 18,65 оборотов (рис. 2).

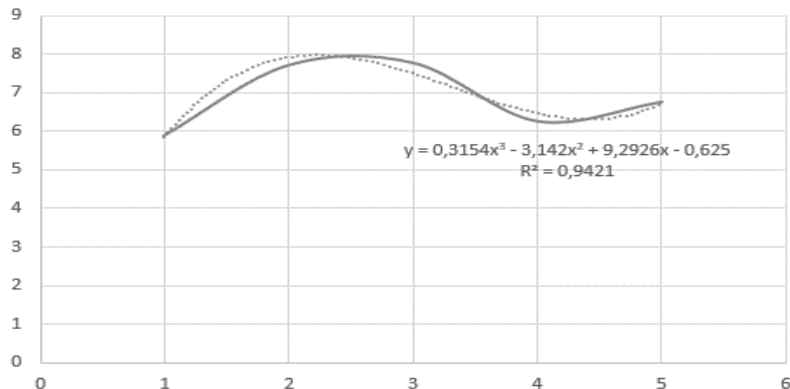


Рис. 2. График прогнозных значений оборачиваемость кредиторской задолженности

Для фактора  $x_3$  «Продолжительность финансового цикла» выбрана модель:

$$y = 1,5542 x_3 - 18,263 x_2 + 64,923x - 16,874$$

В 2023 г. продолжительность финансового цикла составит 50,90 дней, в 2024 г. – 75,79. График модели временного ряда «Продолжительность финансового цикла» приведен на рис. 3.

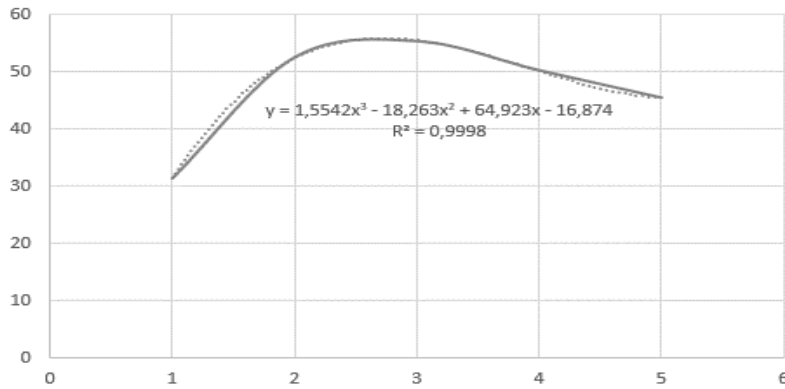


Рис. 3. График прогнозных значений продолжительности финансового цикла

Для получения прогнозных оценок зависимостей переменных по модели:

$$y = -1,9 + 0,00001x_1 - 0,161 x_2 + 0,049 x_3$$

Подставим в нее найденные прогнозные значения факторов  $x_1$ ,  $x_2$ ,  $x_3$  и получим значение рентабельности в 2023 г. -10,49 %, а в 2024 г. – -2,99%.

Проведенный с помощью регрессионного анализа прогноз критерия экономической безопасности и факторных показателей предприятия показал следующее: оба прогнозные значения рентабельности ниже его критериального значения (20%).

На третьем этапе мы определяем «вес» показателей, используемых в регрессионном анализе: балансовая прибыль, оборачиваемость кредиторской задолженности, продолжительность финансового цикла, с помощью корреляции в Excel.

Таблица 2

Корреляционная матрица

	Чистая рентабельность	Балансовая прибыль	Оборачиваемость кредиторской задолженности	Продолжительность финансового цикла
Рентабельность	1			
Балансовая прибыль	0,969960066	1		
Оборачиваемость кредиторской задолженности	0,758770985	0,621055747	1	
Продолжительность финансового цикла	0,420295342	0,189878176	0,803250688	1

Получаем следующие значения весовых коэффициентов.

Таблица 3

Весовые коэффициенты

Номер показателя	1	2	3
w	0,97	0,76	0,42

Вычисляем интегральный показатель по формуле:

$$R = \sqrt{\sum_{i=1}^n w_i \times a_i^2} \quad (1)$$

$$R = \sqrt{0,97 * 0,00001^2 + 0,76 * (-0,1611)^2 + 0,42 * 0,0495^2} = 0,144$$

**Выводы.** АО «КОНТИ-РУС» находится в кризисной зоне по состоянию уровня экономической безопасности и имеет интегральный показатель, равный 0,144. Руководству предприятия следует обратить внимание на оборачиваемость

кредиторской задолженности во избежание угроз экономической безопасности. Снижение балансовой прибыли и увеличение продолжительности финансового цикла являются опасными факторами для предприятия.

Таким образом, для повышения платежеспособности предприятия необходимо привлечение денежных средств, в основном, по трем главным направлениям:

- превращение неликвидных активов в денежные средства;
- проводить оптимизацию продаж;
- проводить корректировку кредитной политики с целью ускорения оборачиваемости дебиторской задолженности и реоформления краткосрочной кредиторской в долгосрочную задолженность.

#### Список литературы:

1. Баранцева, С. М. Методика анализа экономической оценки безопасности предприятия / С.М. Баранцева, И.А. Колинко // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2022. – № 11. – С. 7-12.
2. Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности: официальный сайт. – Текст: электронный. – URL: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/2029364#balance> (дата обращения: 03.04.2024).
3. Экономическая безопасность: учебник для вузов / Л.П. Гончаренко [и др.]; под общей редакцией Л.П. Гончаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 340 с.
4. Экономическая безопасность: учеб. пособие / О.В. Бычкова и др.; под общ. ред. В.В. Красновой. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», 2017. – 454 с.

Глинская М. В., доцент, кан. экон. наук  
Российский экономический университет им.Г.В.Плеханова, РФ  
*e- mashenka2003@yandex.ru*

### ГЕОЭКОНОМИКА И ГЕОПОЛИТИКА СОВРЕМЕННОГО МИРА И НЕОБХОДИМОСТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

**Актуальность.** На фоне общемировых тенденций развитие геополитической и геоэкономической ситуации в основных регионах мира имеет свои особенности с точки зрения экономической безопасности различных стран и территорий. Особенно остро стоит вопрос об экономической безопасности для Российской Федерации в условиях санкций, для Китая, который сегодня находится в противостоянии с США, а также для арабских, азиатских и африканских стран. Однако в условиях роста геополитической и геоэкономической нестабильности необходимо формировать новые механизмы обеспечения экономической безопасности как для стран и регионов, так и мира.

Эта задача актуализировалась и обострилась ввиду роста рисков и угроз, экономических, политических, экологических, эпидемиологических, с которыми сталкиваются все страны мира в XXI в. из-за разбалансирования мировой системы, созданной США, а также эскалации военных конфликтов, особенно на Ближнем Востоке. Все эти проблемы взаимосвязаны и оказывают друг на друга синергический эффект. В частности, эскалация на Ближнем Востоке может остановить реализацию проекта по созданию транспортного коридора Индия – Ближний Восток – Европе (ИМЕС), состоящего из двух отдельных коридоров – южного, соединяющего Индию со



странами Персидского залива, и северного, соединяющего Персидский залив с Европой.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В последнее десятилетие активизируется публикационная активность исследователей в сфере исследования особенностей современной геополитики и геоэкономики с точки зрения обеспечения экономической безопасности стран [9]. Очевидно, что актуализируется проблема энергетической безопасности, которую западные страны используют как своего рода оружие против ряда государств [1]. Развитие геополитической обстановки на Западе определяется проведением, в первую очередь странами Североатлантического союза, политики сдерживания Российской Федерации через продолжение и наращивание в отношении нашей страны санкционной экономической политики [8]. Кроме того, страны Запада продолжают использовать украинский фактор для максимально ослабления позиций Российской Федерации на международной арене. Сохранятся трансграничные угрозы – международный терроризм и неконтролируемая миграция. Дестабилизирующим фактором остается напряженность на Балканском полуострове, на Ближнем Востоке, в Китайском море [4]. Эксперты, в частности, отмечают рост санкционной борьбы в мировой экономике, и особенно в Евразии, которую существенно усилили страны Запада. Эта борьба, стоит отметить, уже перемещается и в другие регионы, например, страны интеграционного объединения ЭКОВАС вводят санкции против 3-х стран-членов, отказывающихся подчиниться внешнему управлению – Мали, Нигера и Буркина-Фасо. Западные санкции нарушают торговые и инвестиционные процессы и приводят к их деградации, усиливают инфляционные тенденции, способствуют росту диспропорций и бедности в мировой экономике [6].

**Цель статьи** – обоснование необходимости формирования механизмов для преодоления негативных тенденций и деструктивных процессов и обеспечения экономической безопасности в условиях глобальной геополитической и геоэкономической нестабильности.

**Результаты исследования.** Динамика развития глобальной геополитической и геоэкономической обстановки демонстрирует наличие целого комплекса экономических опасностей и угроз Российской Федерации, которые носят долгосрочный характер и способны ухудшить обстановку в национальной промышленности, сельском хозяйстве, энергетике, социальной сфере.

Экспоненциально развивается экономическая нестабильность и угрозы финансовых, экономических, нефтяных и продовольственных кризисов, а также проблем в международной торговле [2], логистике [3], банковской сфере [5] которые создают у стран мира потребность постепенно отказываться от доминирования доллара и строить собственные, возможно, региональные, валютные, финансовые, торговые системы.

Имеет место эскалация глобальных технико-экономических вызовов, связанных с цифровизацией, киберпреступностью, беспрецедентным ростом конкуренции и цифровыми разрывами [7], что усиливает дифференциацию стран по уровню социально-экономического развития и усиливает дискриминацию и зависимость «бедных» стран со стороны «богатых».

Активизируется «зеленая» повестка, декларирующая, в частности, необходимость с помощью сокращения производства ископаемого топлива добиться улучшения климатических показателей. К этому же стремятся и теоретики «экономики замкнутого цикла». В то же время глава ОАЭ Султан Джабель высказал точку зрения, что политика Запада, направленная на полный отказ от ископаемых углеводородов, это попытка удержать в узде развитие социально ориентированных и развивающихся стран. Отказ от использования ископаемых углеводородов не обоснован научно, нет данных,

которые могли бы увязать «Глобальное потепление», добычу нефти или газа и их использование. Но страны Западной Азии трактуют попытки Запада ограничить доступ к дешевой энергии как желание дестабилизировать ситуацию на Ближнем Востоке и вернуть неоколониализм в Африку [10].

**Выводы.** Эти и другие глобальные вызовы, являющиеся сегодня составляющими кризиса модели развития мировой экономики, порождают необходимость поиска путей социально-экономического стабильного развития стран ЕАЭС в целом и каждой страны, в частности. Особенно с учетом того обстоятельства, что сегодня мировая экономика переходит к многополярной модели, в которой действуют несколько центров роста, и ЕАЭС мог бы стать одним из них. При этом бесконцептуальное видение мира не позволяет идти вперед. Но часто после распада СССР восстановление экономики на постсоветском пространстве происходит «с колес», причем у каждой страны – по-своему. А мы – взаимосвязанный, взаимопереплетенный мир. Поэтому одним из направлений усиления безопасности, экономической мощи, интеллектуального и цифрового потенциала стран-участниц выступает именно региональная экономическая интеграция в ЕАЭС.

#### Список литературы:

1. Глинская, М.В. Обеспечение национальной энергетической безопасности как базовое условие повышения эффективности системы международных экономических отношений / М.В. Глинская, И.А. Колдашев, С.Г. Арнетт // *Инновационная экономика.* – 2023. – № 4 (37). – С. 80-100.
2. Егурнова, М.А. Пути повышения эффективности внешнеторговой деятельности дистрибьюторов иностранных производителей в России / М.А. Егурнова, Е.А. Рожанская, А.А. Прикладова // *Международная торговля и торговая политика.* – 2021. – Т.7. – № 2 (26). – С. 119-132. – DOI: 10.21686/2410-7395-2021-2-119-132.
3. Красноярова, Б. А. К юбилею Туркестано-Сибирской железной дороги: история строительства и развития, современное состояние и проблемы / Б. А. Красноярова, А. В. Кротов, А. В. Лыткина // *Россия и Азия.* – 2020. – № 4 (13). – С. 24-35.
4. Поплавский, С.П. Россия-КНР: современные тенденции политики военно-технического сотрудничества / С.П. Поплавский // *Правовая политика и правовая жизнь.* – 2013. – № 3. – С. 31-36.
5. Раупов, К.С. Конкурентоспособность банков в Республике Таджикистан и влияние цифровизации / К.С. Раупов, М.У. Бобоев // *Россия и Азия.* – 2022. – № 3 (21). – С. 6-24.
6. Смирнов, Е. Н. Эволюция триггеров хрупкости мировой экономики в условиях кризиса / Е.Н. Смирнов // *Россия и Азия.* – 2023. – № 1 (23). – С. 6-17.
7. Фролова, Е.Д. О глобальных технико-экономических вызовах современной эпохи и их влиянии на промышленность России // *Международная торговля и торговая политика* / Е.Д. Фролова, О.В. Шувалова, А.С. Фролова. – 2023. – Т. 9. – № 2 (34). – С. 172-186. DOI: 10.21686/2410-7395-2023-2-172-186.
8. Шкваря, Л.В. Особенности современного международного экономического сотрудничества: вопросы теории и практики / Л.В. Шкваря // *Инновационная экономика.* – 2022. – № 1 (30). – С. 29-48.
9. Шкваря, Л.В. Российско-европейские инвестиции: динамика и структура в условиях санкций / Л. В. Шкваря // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика.* – 2017. – Т. 25. – № 2. – С. 189-198.
10. Шкваря, Л.В. Проблемы климатической повестки и экономического роста в ЕАЭС / Л.В. Шкваря, Р.Р. Асмятуллин // *Сегодня и завтра Российской экономики.* – 2023. – № 113-114. – С. 13-23. – DOI: 10.26653/1993-4947-2023-113-114-02.

Григорьев Д. С., аспирант  
Научный руководитель: Безпалов В. В., д-р экон. наук, доцент  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, РФ  
dgrigoriev1999@gmail.com

## ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

**Актуальность.** В условиях нестабильной геополитической обстановки, сложившейся на международной арене, введение санкционных ограничений, стало все более значительным и широко распространённым средством политического давления и контроля. Строительная отрасль, являющаяся наиболее крупной и значительной в экономике России в большей степени подвержена воздействию санкций. При наличии ограничений на международную торговлю, доступу к зарубежным финансовым ресурсам и технологиям, развитие и реализация целей и задач строительной отрасли становится затруднительной и имеет ряд вызовов и угроз для обеспечения экономической безопасности строительной отрасли, преодоление которых связано в том числе с цифровизацией отрасли.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Несмотря на отрицательные последствия, некоторые эксперты утверждают, что санкции воздействуют как стимул для развития отрасли строительства, имея положительный эффект на отрасль ввиду ее своевременной и быстрой адаптации под меняющиеся условия рынка и эффективную диверсифицированную модель планирования как в отрасли в целом, так и в отдельных ее сферах, что ведет к повышению уровня экономической безопасности.

Санкционная политика со стороны западных государств, направленная на ограничение доступа к зарубежным строительным материалам, технологиям и ресурсам, ставит отечественных строителей и производителей строительной отрасли перед вынужденной мерой искать внутренние альтернативы, что в свою очередь стимулирует разработку и внедрение новых технологических и управленческих решений, повышение качества отечественных строительных материалов и производственных процессов. В свою очередь следует отметить, что санкции также способствуют увеличению государственных и частных инвестиций в сферу строительства. В условиях ограниченного доступа к зарубежному рынку строительных материалов и услуг компании и инвесторы ориентируются на развитие отечественного строительного сектора, что создает больше возможностей для роста и прибыли внутри государства, а также способствует увеличению объемов строительных работ, запуску новых проектов и развитию собственной инфраструктуры, оказывая влияние как на развитие отрасли, так и на уровень экономической безопасности страны.

**Цель исследования:** проанализировать особенности внедрения цифровых технологий в строительство, определить угрозы этого процесса и предложить решения для преодоления негативных последствий.

**Результаты исследования.** Особенности внедрения цифровых технологий в строительную отрасль в рамках обеспечения экономической безопасности России обусловлены следующим:

Во-первых, возникновение кризисных ситуаций и нестабильность экономики, которая происходит по причине роста цен на строительные материалы (в среднем на 26% за 2023 год), снижения возможности использовать собственных ресурсов для оплаты товаров, работ и услуг, что, как следствие, ведет к увеличению кредитной нагрузки (Строительные компании столкнутся с ростом процентных ставок по

проектному финансированию до 21% годовых). Данные факторы могут привести к снижению эффективности и рентабельности деятельности строительных предприятий.

Во-вторых, увеличение санкционной нагрузки со стороны зарубежных стран, ведущей к сокращению иностранных инвестиций в отрасль (снизились в среднем на 49% за 2023 год), и ограничивает возможности по введению новых технологий, которые по большей части импортируются. С одной стороны, данное внешнее воздействие может стать толчком для развития НИОКР, но при этом может затормозить процесс инновационной гонки за лидирующими державами в данной отрасли (Китаем, Японией, США).

В-третьих, происходит увеличение издержек обеспечения деятельности и закупок оборудования на строительных предприятиях, вследствие чего снижается возможность строительства жилья с учетом предпочтений жителей конкретных территориальных единиц, сокращается рентабельность (в среднем сократилась на 16,5% за 2023 год) и эффективность деятельности строительных организаций и стимулируется рост теневого сектора в отрасли.

В-четвертых, высокая флуктуация курса национальной валюты оказывает негативное влияние на уровень экономической безопасности, являясь фактором возрастания цен на импортируемые товары и услуги (в среднем на 24% за 2023 год), которое в отличие от отечественного характеризуется высокой конкурентоспособностью и сравнительно высоким качеством. Многие зарубежные техники и технологии не имеют определенных аналогов на российском рынке и по данной причине требуется дополнительно покупать их за более высокую стоимость, которая может увеличиваться под воздействием волатильности национальной валюты.

Однако, существует ряд различных мер и подходов, которые могут быть применены для преодоления негативных последствий санкционных ограничений и дальнейшего устойчивого развития отрасли и стимулирования её цифровизации, что в свою очередь создаст положительный эффект на уровень экономической безопасности.

1. Привлечение отечественных инвестиций и создание благоприятной инвестиционной среды в отрасли являются основными задачами развития строительного комплекса. В современных условиях ограничения доступа зарубежных инвестиций следует уделять особое внимание вопросам привлечения внутренних инвесторов и создания предпосылок для их эффективного участия в строительных проектах. С целью успешного притока внутренних инвестиций в страну необходимо сформировать благоприятный инвестиционный климат. Значимыми аспектами являются: предсказуемость и стабильность правовой системы: отечественные инвесторы ценят стабильность правовой системы, поэтому необходимо создать предсказуемые условия для ведения бизнеса и инвестирования. В частности, это может включать совершенствование законодательства, снижение бюрократического бремени и упрощение процессов получения разрешений и лицензий, предоставление налоговых льгот и поощрений: государственная поддержка в форме налоговых льгот и поощрений может стать существенным фактором для внутренних инвесторов, включая снижение ставок подоходного налога, освобождение от определенных налоговых платежей, а также инвестиционные стимулы в виде налоговых кредитов или возмещения затрат на инвестиционный проект; прозрачность и открытость - прозрачность в управлении процессом по привлечению инвестиций является ключевым фактором для привлечения внутренних инвесторов, в свою очередь, государство должно предоставлять информацию о потенциальных инвестиционных проектах, предлагать механизмы доступа к информации и способствовать коммуникации.

2. Формирование внутреннего рынка в строительной отрасли неразрывно связано с инновациями. Инновации помогают увеличивать эффективность производства и

обеспечивать более качественные и устойчивые строительные разработки. Одним из направлений инноваций в строительной отрасли является использование новых материалов. Материалы с усовершенствованными инновационными характеристиками широко изучаются и внедряются в строительную отрасль для реализации более энергоэффективных и экологических проектов, снижения эксплуатационных расходов и повышения комфортности жилья. В том числе инновации проникают и в сферу строительных технологий. Внедрение автоматизированных комплексов и роботизированных процессов позволяет значительно поднять производительность и точность строительных процессов (например: применение 3D-печати в строительстве может уменьшить затраты на строительство на 30–60% и сократить сроки строительства до 50%). Значительное внимание в настоящее время в строительной отрасли также уделяется цифровизации и использованию информационных технологий. Внедрение виртуальной и дополненной реальности, использование информационных моделей зданий (BIM) и систем управления проектами позволяет оптимизировать процесс планирования, управления и взаимодействия между отдельными участниками строительной индустрии в среднем на 70% эффективнее в сравнении с участниками, не применяющими цифровые технологии в отрасли.

3. Развитие профессиональных навыков и инвестирование в квалификацию кадров. Важным аспектом развития отрасли является повышение профессионализма и компетенций работников в строительной сфере (более 77% сотрудников отрасли выразили готовность и желание повышать квалификацию в части изучения и применения цифровых технологий). Проведенный анализ отрасли строительства и смежных с ней сфер выявил следующее: наибольшую потребность на данном этапе рынок испытывает в специалистах, умеющих использовать с BIM-, TIM-моделирование и различными продуктами цифровых технологий таких как «Цифровой двойник», проектное моделирование, бизнес-анализ процессов и внедрение инновационных технологий на производство. Совместно с Агентством развития профессионального мастерства идет целевая подготовка квалифицированных кадров по краткосрочным и среднесрочным программам профессионального обучения и дополнительного профессионального образования. Стоит отметить, что в рамках данного проекта до 2024 года планируется ежегодно профессиональное обучение около 125 тысяч человек по всем специальностям, включая специалистов строительной отрасли и ее сфер.

**Вывод.** Исходя из проведенного анализа данных можно сделать вывод о наличии ряда угроз строительной отрасли в условиях санкций, однако стоит отметить ее готовность к их преодолению в том числе с помощью цифровизации строительства для дальнейшего устойчивого развития отрасли и ее сфер как в достижении целей и задач поставленных перед ней, так и в достижении высокого уровня экономической безопасности.

#### Список литературы:

1. Перечень мер по поддержке строительной отрасли. – Текст: электронный. – URL: <https://nostroy.ru/nostroy/operativnyu-shtab/supports/> (дата обращения: 07.04.2024).
2. Василенко, Н. В. Цифровая экономика: концепции и реальность / Н.В. Василенко // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: Труды VIII научно-практической конференции с международным участием. Под редакцией А.В. Бабкина. 2017; Издательство: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого» (Санкт-Петербург), 2017. – С. 147-151.

3. Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы – Текст: электронный. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570/> (дата обращения: 07.04.2024).

4. Применение цифровых технологий в строительстве: учебное пособие / А.Х. Байбурин, Н.В. Кочарин. – Челябинск: Библиотека А. Миллера, 2020. – 167.

Долудар В. В., студент  
Научный руководитель: Давлианидзе Я. С., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*kasperklkasper55@mail.ru*

## СОЦИАЛЬНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ КАК УГРОЗА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЛИЧНОСТИ

**Актуальность.** Сложившиеся в последние годы тенденции к цифровизации и трансформации мировой экономики в целом обеспечивают целесообразность постановки проблемы обеспечения безопасности информации как необходимое условие пресечения угрозы непосредственно финансовой безопасности гражданина. Первопричиной этому является активное внедрение информационных технологий в жизнедеятельность человека, что наглядно проявляется при его взаимодействии с социумом и финансовыми институтами страны, – это обуславливает формирование эффективной политики безопасности соответствующих организаций, в то же время сам человек в большинстве случаев остается беззащитным от специальных методов манипуляции его действиями, а именно – социальной инженерии. В связи с этим целесообразным становится анализ её текущего влияния на сохранность информационной составляющей и финансовых активов граждан РФ.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблематика влияния социальной инженерии на экономические субъекты поднималась рядом ученых, среди которых Спильченко В.К. проводил анализ финансовых угроз в большей степени информационной безопасности личности, Байрушин Ф.Т. и Пителинский К.В. исследовали особенности угроз социальной инженерии по отношению к организациям, а Ломакин А.Л. и др. в большей степени анализировали воздействие способов и методов социальной инженерии на персонал предприятия. Вместе с тем, в условиях нестабильной информационной среды, развития платежных систем и систем безопасности становится необходимым дальнейшие исследования данной сферы, включая анализ текущего воздействия методов социальной инженерии, что и предопределило цель данной работы.

**Целью исследования** является выявление основных источников угроз социальной инженерии как метода мошенничества, анализ и оценка ущерба данного метода для национальной экономики, в связи с чем становится необходимым решение следующих задач:

- выявить сущность понятия «социальная инженерия», определить условия и способы его реализации;
- оценить ущерб воздействия социальной инженерии на личность (граждан) в рамках национальной платежной системы;
- систематизировать и предложить методы повышения уровня финансовой безопасности личности.

**Результаты исследования.** Стоит полагать, что угрозы финансовой безопасности личности являются некоторой совокупностью действий мошенников, которые нацелены на хищение его финансовых средств или иных активов вследствие применения информационно-коммуникационных технологий. В данном аспекте социальная инженерия (далее – СИ) выступает как один из крупных блоков возникающей неопределённости, риска, и, соответственно, угроз, представляя собой ряд действенных методов и инструментов получения несанкционированного доступа к каким-либо данным о личности, которые могут быть использованы ей во вред, на основе особенностей психологии человека.

Так, отсутствие у граждан не столько полноты знаний, а базовых положений относительно использования удалённых сервисов, содержащих информацию о личности, позволяет преступникам их обманывать путём совершения телефонных звонков или рассылки различных уведомлений. Так, в соответствии со сведениями ЦБ РФ, типовые атаки на основе методов СИ приведены на рис. 1.

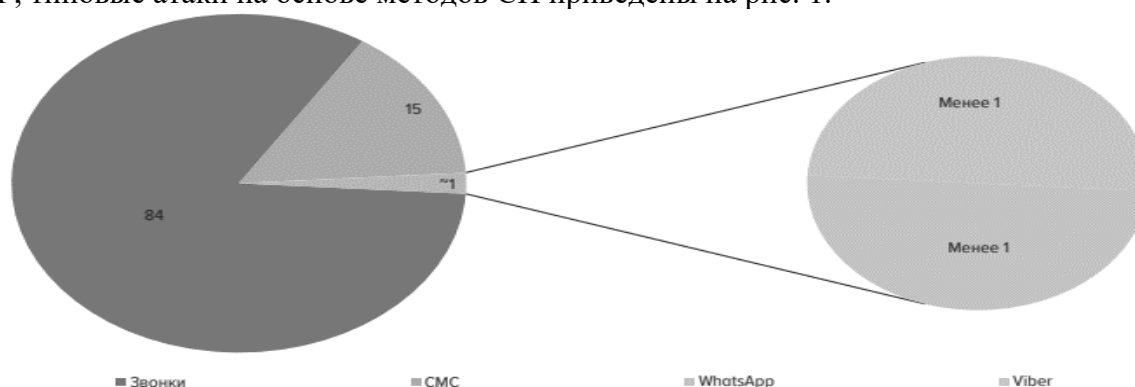


Рис. 1. Распределение атак на физических лиц по каналам воздействия, % [2]

В соответствии с этим и иными способами получения персональной информации мы можем говорить о том, что злоумышленники получают значительное количество личных данных, о чём также свидетельствуют данные табл. 1.

Таблица 1

Общий состав операций без согласия клиентов\*

Показатель\период	I кв. 2022 г.	II кв. 2022 г.	III кв. 2022 г.	IV кв. 2022 г.	I кв. 2023 г.	II кв. 2023 г.	III кв. 2023 г.
Количество ОБС, ед.	258097	211263	229757	177471	252111	279 706	288 784
Объем ОБС, млн. руб.	3294,16	2848,61	3973,46	4049,21	4549,28	3622,54	3591,09
Доля СИ, %	52,5	44,8	54,1	50,2	50,5	46,5	31,6
Доля возмещенных средств (от объема), %	6,2	5	3,4	3	4,3	4,5	5,5
Цепной Тпр доли СИ, %	-	-14,67	20,76	-7,21	0,60	-7,92	-32,04
Цепной Тпр доли возмещенных средств, %	-	-19,35	-32,00	-11,76	43,33	4,65	22,22

\*Примечание: составлено автором на основе сведений источника [1].

Мы можем наблюдать, что только к III кв. 2023 г. наблюдается снижение доли СИ в общей доле операций без согласия (далее – ОБС) клиентов до 31,6%, в другие периоды она составляет не менее 44%, при этом уровень совершённых возмещений не составляет и 7% всего объёма. Рассмотрим более детально СИ относительно физических лиц, что приведено в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика состава ОБС для физических лиц по СИ, I-III кв. 2023 г.\*

Показатель	Карты	Счета	СБП	Электронные кошельки	Без открытия счета
Количество ОБС, ед.	229917,3	22755,3	17450,3	2933,7	40,3
Доля СИ, %	41,8	44,9	58,6	71,3	90,8
Объем ОБС, млн. руб.	691,9	608,8	435,7	18,5	6,3
Доля возмещенных средств, %	6,9	2,7	5,1	0,0	0,0

\*Примечание: составлено автором на основе сведений источника [1].

Таким образом, в общем объеме хищений на физические лица к 3 за период I-III кв. 2023 г. приходится около 44-45% объема ОБС. На основе этого можно утверждать, что социальный фактор и принципы возвратности, социальной проверки и преклонения перед авторитетами играют значительную роль для процветания существующих схем СИ. На основе сведений об основных инструментах СИ и проведенного анализа предлагается следующая классификация данных методов и перечень способов их нейтрализации в табл. 3.

Таблица 3

Классификация и меры пресечения инструментария СИ\*

Событие	Способ нейтрализации риска
Электронное письмо	Не открывать вложения к письму и не переходить по ссылкам, проверять их адрес. В зависимости от адресата можно задать уточняющий вопрос или обратиться в службу поддержки.
Замаскированные ссылки	Проверить адрес ссылки на подлинность и соответствие протоколу безопасности.
Необычное поздравление от необычной компании	Воздержаться от поиска информации о подозрительных компаниях в Интернете, особенно если нигде не принимали участие.
Персональный вирус	Не загружать файлы непосредственно на устройство, открыть их через внутренние сервисы.
Самостоятельный поиск ловушки	Проверить адрес домена на подлинность и соответствие протоколу безопасности.
Звонок из государственных структур, «знакомых»	Немедленно прекратить разговор, перезвонить на горячую линию организации или другим знакомым лицам для уточнения информации.
«Двойник» в социальной сети	Проверять страницы на предмет двойника. Связаться с человеком по другим каналам связи

\*Примечание: составлено автором на основе сведений источника [3, с. 156-162].

Из таблицы имеем, что большая часть методов исходит из принципов нахождения в сети Интернет, которые часто игнорируются, и сводятся к необходимости повышенного внимания относительно входных данных и исходящей от граждан информации. В то же время стоит отметить, что социальная инженерия не может перестать быть источником угроз, поскольку ключевым субъектом принятия каких-либо решений остаётся человек, но может быть сведена к минимуму. Требуется комплексный подход к обеспечению финансовой безопасности личности, состоящий из совершенствования ПО различными организациями и институтами, а также повышением общего уровня осведомлённости лиц по вопросам обеспечения информационной безопасности.

**Выводы.** Проведенный анализ позволил определить, что социальная инженерия является совокупностью разнообразных методов манипуляции человеческим мнением и его действиями, которая способна получить необходимое количество сведений о личности для незаконного обогащения, тем самым нарушая систему финансовой безопасности в рамках государственных положений. Об этом свидетельствует устойчивое количество применяемых методов СИ среди ОБС клиентов банков,



составляя 44-45% от уровня общих потерь по фактам хищения. В связи с этим становится необходимым осуществление комплексной политики финансового просвещения граждан, в т.ч. на основе предложенных способов нейтрализации рисков.

#### Список литературы:

1. Банк России: официальный сайт. – Текст: электронный. – URL: [https://cbr.ru/statistics/ib/review\\_3q\\_2023/](https://cbr.ru/statistics/ib/review_3q_2023/) (дата обращения 01.04.2024).
2. Банк России: официальный сайт. – Текст: электронный. – URL: [https://cbr.ru/Collection/Collection/File/32122/Attack\\_2019-2020.pdf](https://cbr.ru/Collection/Collection/File/32122/Attack_2019-2020.pdf) (дата обращения 01.04.2024).
3. Ломакин, А. Л. Социальная инженерия как угроза финансовой безопасности личности / А. Л. Ломакин, Е. Ю. Хрусталева, Г. А. Костюрин // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2021. – Т. 17, № 1(394). – С. 150-166.

Жукова К. В., студент

*Научный руководитель:* Архипова Л. С., канд. экон. наук, доцент  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, РФ  
*horanksenia@yandex.ru*

### ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ХАНТЫ-МАНСКИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

**Актуальность.** В современных условиях геополитической напряженности вопрос исследования основных факторов экономического роста Ханты-Мансийского автономного округа является чрезвычайно актуальным. Регион является ключевым производителем нефти в стране, но в настоящее время его экономика уязвима к нестабильности на мировом рынке и геополитической напряженности. Факторы, способствующие экономическому росту региона, имеют первостепенное значение для реализации эффективных стратегий развития.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы экономического роста Ханты-Мансийского автономного округа (далее ХМАО-Югра) отражены в трудах таких отечественных ученых, как Лебедева И.Д., Богомолова Л.Л., Бузмаков А.В. и других. Однако недостаточно исследованными остаются аспекты влияния геополитической нестабильности на экономический рост региона.

**Цель исследования:** проанализировать основные факторы, влияющие на экономический рост ХМАО-Югра, и предложить меры по повышению конкурентоспособности и устойчивости экономики в условиях геополитической нестабильности.

**Результаты исследования.** Выбор Ханты-Мансийского автономного округа для исследования обусловлен его значимостью в экономике Российской Федерации и влиянием на ее экономическое развитие – в 2022 году добыча нефти в ХМАО-Югра достигла 223 млн тонн, составив более 42% от общероссийской. В структуре валового регионального продукта в 2021 г. основными видами экономической деятельности являлись: добыча полезных ископаемых – 75,0%; строительство – 4,9; транспортировка и хранение – 4,2% [1].

ХМАО-Югра обладает рядом таких преимуществ, как:

1. Богатые природные ресурсы (разведанные запасы нефти в регионе составляют 11,5 млрд тонн, древесины – 3,17 млрд м<sup>3</sup>);

2. Развитая инфраструктура (также до 2030 г. реализуется Госпрограмма «Современная транспортная система»);

3. Наличие квалифицированных кадров.

В условиях геополитической нестабильности экономический рост приобретает особую важность, обеспечивая стабильность и развитие региона. Так, он способствует укреплению финансовой устойчивости, созданию новых рабочих мест (за счет чего увеличиваются доходы населения, что особенно важно в условиях неопределенности). Повышение экономического потенциала региона способствует его адаптации к новым геополитическим условиям и диверсификации экономики, становится возможным развитие новых отраслей. Это актуально для ХМАО-Югра, так как он специализируется на добыче полезных ископаемых. Экономический рост способствует привлечению инвестиций, влияя на развитие и модернизацию инфраструктуры региона.

Автором исследования определены основные показатели, характеризующие экономический рост ХМАО-Югра. Наименования показателей представлены в таблице:

1) доля внутренних затрат на исследования и разработки, в % к валовому региональному продукту (ВРП), Уральский федеральных округ (далее УФО)/ХМАО-Югра – 1;

2) индексы производства по виду экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых» (в % к предыдущему году), УФО/ХМАО-Югра – 2;

3) отношение инвестиций в основной капитал к ВРП, РФ/УФО/ХМАО-Югра – 3.

Таблица 1

Основные показатели, характеризующие экономический рост  
Ханты-Мансийского автономного округа за 2013-2022 гг.

Показатель/год	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1, УФО	0,6	0,6	0,61	0,65	0,65	0,53	0,52	0,64	0,51	Н/Д
1, ХМАО	0,1	0,1	0,09	0,09	0,09	0,07	0,07	0,11	0,04	Н/Д
2, УФО	Н/Д	Н/Д	99,6	101,6	102,2	106,7	106,8	94,7	104,8	100
2, ХМАО	Н/Д	Н/Д	97,9	100,6	99,6	100,2	100,1	90	102,2	103,9
3, РФ	24,86	23,49	21,14	19,90	20,10	19,71	20,33	21,60	19,02	20,20
3, УФО	28,64	29,17	26,02	27,51	25,79	22,76	22,36	26,48	19,12	20,42
3, ХМАО	26,34	25,66	24,29	25,53	25,87	20,65	21,64	30,10	18,54	19,26

Исходя из данных, можно отметить устойчивую позитивную тенденцию основных показателей ХМАО-Югра за 2013-2022 гг. (Таб.1). Одним из факторов экономического роста для региона является развитие нефтегазовой промышленности, поэтому для анализа был выбран индекс производства по виду экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых» – он отражает динамику развития добывающей отрасли. Индикатор рассчитывается с 2015 года и имеет положительную тенденцию за исключением пандемийного 2020 года – падение вызвано приостановкой работ промышленных предприятий и сокращением добычи полезных ископаемых в связи со снижением спроса. Увеличение производства способствует росту экономики ХМАО-Югра, однако необходимо обеспечить устойчивое развитие этого сектора и диверсификацию экономики для снижения зависимости от добывающего сектора.

Вторым фактором экономического роста для региона являются инновации и технологический прогресс. Для исследования был выбран такой индикатор, как доля внутренних затрат на исследования и разработки к валовому региональному продукту. Можно отметить тренд на снижение как по ХМАО-Югра, так и по УФО в целом

(табл. 1). Исследования играют ключевую роль в создании новых технологий, способствуя экономическому росту. Для его стимулирования в регионе необходимо увеличить долю затрат на исследования и разработки, инвестировать в инновации.

Фактором экономического роста являются инвестиции в основной капитал. Для анализа выбран такой индикатор, как отношение инвестиций в основной капитал к ВРП. Отношение инвестиций в основной капитал к ВРП в ХМАО имеет тенденцию к снижению за исключением 2020 года (30,10%), минимальное значение было зафиксировано в 2021 году (18,54%). До 2019 года показатели по региону были лучше показателей в РФ и в УФО, при этом отношение инвестиций в основной капитал остается высоким даже в 2022 году. Снижение этого индикатора может свидетельствовать о замедлении темпов развития региона и уменьшении инвестиционной активности, что может негативно сказаться на экономическом росте данного ХМАО-Югра.

На основе статистических данных можно выявить вызовы и угрозы, связанные с глобальной нестабильностью для экономики Ханты-Мансийского автономного округа:

1. Санкции: санкции на поставку оборудования для переработки нефти и сжиженного природного газа создают вызовы для нефтегазового сектора ХМАО-Югра.

2. Проблемы с импортным оборудованием и логистикой: трудности с импортом оборудования и перенаправление экспортных потоков на Восток могут привести к снижению добычи и повышению ее себестоимости.

3. Снижение конкурентоспособности: недостаток инвестиций в основной капитал может привести к устареванию производственных мощностей и технологий, что снизит конкурентоспособность предприятий региона на рынке.

Региональные власти уже определили ряд мер, которые смогут стимулировать экономический рост региона в условиях геополитической нестабильности.

1. Налажено инновационное производство промышленных деталей и запчастей. Благодаря этому инновационная технология 5D-печати стала доступной в Ханты-Мансийске. Теперь можно производить детали и запчасти из пластика и металла, которые стали недоступны из-за санкций. Печать одной детали занимает от 1 до 12 часов в зависимости от сложности [2].

2. Нефтяные компании перерегистрировали свои активы, чтобы избежать ассоциаций с головными предприятиями. За счет этого стало возможно сотрудничество с некоторыми западными компаниями, которые отказались от взаимодействия с российскими предприятиями [3].

Региону необходимо участие в Государственной программе поддержки инвестиций. Можно реализовать финансовую поддержку для предприятий, планирующих инвестировать в основной капитал, выделяя субсидии на приобретение нового оборудования. Так, если будет выделено, например, 100 млн на данную программу, а предприятиям будет предоставляться субсидия в размере 30% от стоимости нового оборудования, то эти средства могут стимулировать инвестиции на 333 миллиона рублей ( $100 \text{ млн} / 0,3 = 333 \text{ млн}$ ). Это может стать существенным фактором для привлечения инвестиций в основной капитал, что отразится на экономическом росте региона.

**Выводы.** Таким образом, в условиях геополитической нестабильности возникли угрозы и вызовы для экономического роста в ХМАО-Югра. Реализация предложенных мер, а также инвестиционная поддержка государства позволят поддержать регион в условиях геополитической нестабильности и будет способствовать экономическому росту Ханты-Мансийского автономного округа, привлекая новые инвестиции в регион и развивая инновационное производство.

**Список литературы:**

1. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2023: Стат. сб. / Росстат. – М., 2023. – 853 с.
2. Власти ХМАО нашли способ помощи бизнесу в обход санкций. – Текст: электронный. – URL: <https://ura.news/news/1052539926> (дата обращения: 24.03.2024).
3. Нефтяные компании ХМАО нашли способ обхода западных санкций. – Текст: электронный. – URL: <https://ura.news/news/1052638962> (дата обращения: 24.03.2024).
4. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт – Текст: электронный. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 24.03.2024).
5. Богомолова, Л.Л. Социально-экономические проблемы и приоритеты устойчивого развития Ханты-Мансийского автономного округа - Югры в условиях геополитической нестабильности / Л.Л. Богомолова // Инновационная наука. – 2015. – №6. – С. 37-42.

Зубко А. С., студент

*Научный руководитель:* Давлианидзе Я. С., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[don\\_and\\_rey@mail.ru](mailto:don_and_rey@mail.ru)

**ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**Актуальность.** Цифровая экономика становится неотъемлемой частью повседневной жизни, бизнеса, государства и общества в целом, изменяя привычные подходы к производству, потреблению и обмену информацией. Введение цифровых технологий позволяет повысить эффективность экономики, улучшить доступ к информации и услугам, сократить издержки и увеличить конкурентоспособность страны на мировом рынке. Перспективы развития цифровой экономики представляют собой огромный потенциал для экономического роста, инноваций и улучшения качества жизни. Однако ряд существенных рисков также сопутствует этому процессу. Утечка персональных данных, цифровое неравенство, потеря рабочих мест из-за автоматизации и другие проблемы требуют серьезного внимания и разработки эффективных механизмов защиты.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Практические аспекты данной проблемы нашли свое отражение в работах Г. Клейнера, А. Щербакова, П. Гриффин, И. Соколов, З. Лиу, В. Иванов и др.

**Цель исследования** заключается в изучении перспектив и рисков развития цифровой экономики в современном мире.

**Результаты исследования.** Цифровая экономика – это система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых технологий [1]. Иногда её называют интернет-экономикой, новой экономикой или веб-экономикой [2]. Говоря о «цифровой экономике» мы должны четко представлять, что на самом деле речь идет не о создании новой экономики – она и так цифровая, а о переводе экономики на новую технологическую базу, которая в свою очередь открывает новые возможности. По сути речь идет о замене инструментария: счета поменяли на компьютер, «Блокнот должников» на CRM-систему. Цифровая экономика строится на цифровых платформах, которые облегчают бизнес-процессы и повышают экономическую ценность.

Использование новых технологий создает большое количество возможностей для экономики государства. Так, использование алгоритмов искусственного интеллекта в

финансовом секторе для выявления мошенничества и мониторинга транзакций становится все более популярным. Существенные преимущества также наблюдаются в оптимизации расходов. Например, в 2020 году внедрение ИИ принесло Сбербанку финансовый эффект в 100 млрд. рублей – это и заработанные, и сэкономленные деньги. В 2021 году этот показатель составил уже 200 млрд. рублей [3].

Нельзя обойти вниманием тот факт, что индустрия розничной торговли активно использует нейротехнологии. Использование алгоритмов машинного обучения позволяет снизить стоимость логистики и оптимизировать запасы товаров. Крупные розничные компании, такие как Wildberries, используют новые разработки для управления своими складами и оптимизации процесса доставки товаров.

Рассмотрим несколько примеров, иллюстрирующих перспективы этого развития:

1. Amazon – Благодаря совершенствованию технологий логистики, аналитики и удобному интерфейсу системы, Amazon смог создать эффективную онлайн-платформу, предоставляющую широкий ассортимент товаров и услуг.

2. Uber – сервис такси, который изменил привычное представление о транспортной отрасли. Благодаря технологиям компания существенно упростила процесс заказа такси и повысила качество обслуживания клиентов.

3. Сбербанк активно развивает цифровые сервисы, внедряя технологии искусственного интеллекта, самообучения, блокчейна. Они создали цифрового помощника «Салют», разработали онлайн-банк «Сбербанк Онлайн» и многое другое, что позволяет улучшить обслуживание клиентов и оптимизировать бизнес-процессы.

Эти примеры показывают, что цифровая экономика проникает во все сферы бизнеса, улучшает эффективность процессов, повышает уровень сервиса для потребителей и создает новые возможности для развития.

Разработка и внедрение инновационных цифровых технологий становятся одним из ключевых факторов успеха на рынке. Однако, процессу цифровизации всегда сопутствуют определенные риски. Развитие технологий вызывает у экспертов опасения относительно приватности данных, безопасности граждан, наличие рабочих мест и социальных изменений в целом [4].

Рассмотрим несколько основных примеров рисков, которые сопровождают переход к «новой экономике» (табл. 1.)

Таблица 1

Основные риски развития цифровой экономики и их характеристика

Название риска	Характеристика
Нарушение кибербезопасности	Переход к цифровой экономике увеличивает риск кибератак и утечек конфиденциальной информации. Киберпреступники могут похищать данные, блокировать компьютерные системы и наносить серьезный ущерб бизнесу и экономике в целом
Цифровое неравенство	Неравномерное распределение доступа к цифровым технологиям может усилить социальное и экономическое неравенство. Те, кто не имеют возможности воспользоваться цифровыми инструментами, рискуют оставаться на обочине развития.
Потеря рабочих мест	Внедрение автоматизации в процессы производства может привести к сокращению рабочих мест, что создает угрозу для занятости и требует переобучения персонала.
Нарушение приватности	Сбор и анализ данных в рамках цифровой экономики могут привести к нарушению личной жизни граждан. Недостаточная защита персональных данных может привести к их злоупотреблению со стороны компаний и государства
Монополизация рынка	Развитие цифровых технологий может способствовать возникновению монополий и олигополий на рынке, что ведет к снижению конкуренции и угрожает свободе предпринимательства.

Основной проблемой развития цифровой экономики является сокращение отечественных венчурных инвестиций в традиционные отрасли экономики: промышленность или АПК ввиду более высоких сроков окупаемости [5]. Главным фактором препятствующему внедрению цифровых технологий до сих пор является проблема дефицита собственного капитала и дороговизны реализации проектов цифровизации бизнес-модели.

Проблема дефицита собственного капитала остается актуальной для многих компаний и на сегодняшний день, однако, в 2000-х годах ситуация была в разы хуже. По мере цифровизации экономики развивались и компании, работающие в сфере интернет-технологий и имеющие в своем названии доменную зону ".com", стали объектами повышенного интереса со стороны инвесторов. Многие из таких компаний быстро набирали обороты и привлекали огромные инвестиции, хотя их бизнес-модели не всегда были устойчивыми. Такие компании назывались "пузырь доткомов" из-за того, что их стоимость на рынке быстро возрастала, а затем внезапно рушилась, как пузырь. Многие из них не могли долго существовать без прибыли и зачастую закрывались после того, как инвесторы потеряли к ним интерес.

Этот период и был начальным этапом в развитии интернет-технологий и цифровизации экономики в целом. «Пузырь доткомов» остался в истории как яркий пример того, какие риски и угрозы сопутствуют переходу к «новой экономике».

**Вывод.** Подводя итог можно сказать, что цифровая экономика открывает перед современным миром огромные перспективы развития, предоставляя новые возможности для бизнеса, образования, здравоохранения, иных сфер жизни. Однако, вместе с этим, следует учитывать риски, которые, несомненно, будут сопровождать такое развитие. Включение в цифровую экономику может оказать негативное влияние в силу явлений переходного периода не только на развивающиеся страны или страны третьего мира, но и на страны со стабильной экономикой.

Для успешного развития цифровой экономики необходимо находить баланс между инновациями и регулированием, обеспечивая безопасность и прозрачность в использовании цифровых технологий. Только таким образом можно максимально эффективно использовать потенциал цифровизации для улучшения качества жизни общества.

#### Список литературы:

1. Кошкин, Р. П. Цифровая экономика – новый этап развития информационного общества в России / Р. П. Кошкин // Стратегические приоритеты. – 2017. – № 3. – С. 4–15.
2. Развитие экосистемы цифровой экономики в России / И. Б. Тесленко, О. Б. Дигилина, Н. В. Муравьева, Н. В. Абдуллаев // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 9 (98). – С. 150–154.
3. Искусственный интеллект в финансах: как банки используют нейросети. – Текст: электронный. – URL: <https://trends.rbc.ru> (дата обращения: 06.04.2024).
4. Пороховский, А. А. Цифровизация и искусственный интеллект: перспективы и вызовы / А. А. Пороховский // Экономика. Налоги. Право. – 2020. – № 2. – С. 84–91.
5. Ганичев, Н. А. Цифровая экономика России: к стратегии развития в условиях санкций / Н. А. Ганичев, О. Б. Кошовец // Проблемы прогнозирования. – 2022. – №6(195). – С. 94-108.

Иванова Д. Д., студентка  
 Научный руководитель: Кондрашова Е. А., канд. экон. наук, доцент  
 Донецкий государственный университет, РФ  
 dianaaaaaa.iv@yandex.ru

## КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ КОНСОЛИДАЦИИ МЕТОДИК

**Актуальность.** Комплексный анализ финансовой безопасности предприятия требует чёткого определения показателей финансовой деятельности, выявления проблемных областей и перспектив развития с учетом внешних и внутренних факторов, а также оценки эффективности финансового управления предприятием.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованию разноаспектных вопросов комплексной оценке финансовой безопасности предприятия посвящены работы О.Г. Блажевич [1], Е.В. Зотовой [2], Э.Хелфет [6]. Однако, данная научная проблема, оставаясь одной из наиболее сложных и трудноразрешимых, обуславливает необходимость дальнейших исследований, предопределяя тему и цель статьи.

**Целью исследования:** на основе консолидации методик оценки финансовой безопасности предприятия, предложить методику комплексной оценки финансовой безопасности предприятия (на примере ООО «ИМПЭКС-ДОН»).

**Результаты исследования.** Модели стратегического анализа финансовой безопасности позволяют оценить внутренний финансовый потенциал и внешнее финансовое положение предприятия и сравнить их со среднестатистическими показателями отрасли. Общий метод анализа финансовой безопасности предприятия объединяет основные аспекты финансового анализа (табл. 1) (оценки каждой из группы аналогичны I группе показателей) [6].

Таблица 1

Методика проведения комплексной оценки финансовой безопасности предприятия

I. Анализ источников формирования запасов					
Балл за основной показатель	Доля СОС в структуре пассивов	$\Delta \text{СОС} > 0$	$\Delta \text{СДЗИ} > 0$	$\Delta \text{ОВОИ} > 0$	Темп роста СК > среднего в отрасли
3	$\text{СОС} > \text{СОС}_{\text{ср}}$	+1	+1	+1	+1
2	$\text{СОССР} > \text{СОС} > 0$	+1	+1	+1	+1
1	$0 \geq \text{СОС}$	+1	+1	+1	+1
II. Анализ эффективности использования собственных финансовых ресурсов					
Балл	ROE	Факт наличия нерасп. прибыли	Коэф. фин. >, чем среднеотраслевой	Рост первоначальной стоимости ОС	Рост ЧП >, чем среднеотраслевой
III. Анализ эффективности операционной деятельности					
Балл	ROS	Коэф. оборач. активов >, чем среднеотраслевой	Снижение административных расходов	Снижение себестоимости продукции	Рост выручки от реализации >, чем среднеотраслевая
IV. Анализ финансовой независимости					
Балл	Коэф. автономии	Доля ДО в привлеченных средствах >, чем среднеотраслевой	Доля задолженности перед бюджетом в привлеченных средствах <, чем среднеотраслевая	Коэф. общей ликвидности >, чем среднеотраслевой	Коэф. абсол. ликвидности >, чем среднеотраслевой

Проведём комплексную оценку финансовой безопасности ООО «ИМПЭКС-ДОН» за период 2021-2022 гг.

*На первом этапе* рассчитаем необходимые коэффициенты для оценки финансовой безопасности, а также расставим баллы, согласно методике (табл. 2).

Таблица 2

Комплексная оценка финансовой безопасности ООО «ИМПЭКС-ДОН»

Показатель	Анализируемый период, балл			
	2021 г.	Балл	2022 г.	Балл
<b><i>I. Анализ источников формирования запасов</i></b>				
Доля СОС в структуре пассивов	174 241	2	180 643	2
Излишек СОС	73 628	1	86 822	1
Излишек собст. и долгосроч. заемных источников форм. запасов	321 890	1	246 210	1
Излишек общей величины осн. источников форм. запасов	470 592	1	398 943	1
Темп роста собственного капитала предприятия	605,3	1	277,2	1
<b><i>II. Анализ эффективности использования собственных финансовых ресурсов</i></b>				
Рентабельность собственного капитала	93,98	3	63,9	2
Факт наличия нераспределенной прибыли	имеется	1	имеется	1
Коэффициент финансирования	0,04	0	0,14	0
Рост первоначальной стоимости основных средств	рост	1	рост	1
Рост чистой прибыли	рост	0	рост	0
<b><i>III. Анализ эффективности операционной деятельности</i></b>				
Рентабельность реализации продукции	0,8	0	1,8	1
Коэффициент оборачиваемости активов	4,75	0	4,33	0
Снижение административных расходов	снижение	1	увеличение	0
Снижение себестоимости продукции	увеличение	0	снижение	1
Рост выручки от реализации	рост	0	спад	0
<b><i>IV. Анализ финансовой независимости</i></b>				
Коэффициент автономии	0,04	1	0,12	1
Доля долгосрочных обязательств в привлеченных средствах	0,93	1	0,77	1
Доля задолженности перед бюджетом в привлеченных средствах	0	1	0	1
Коэффициент общей ликвидности	1,1	1	0,95	1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,121	1	0,13	1

Из таблицы следует: наименьшее количество дополнительных баллов отводится анализу эффективности операционной деятельности как в 2021 г., так и в 2022 г.

В первую очередь, рентабельность реализации продукции у предприятия ниже среднеотраслевой (3-3,5%), коэффициент оборачиваемости активов падает, что свидетельствует о снижении эффективности использования активов для генерации выручки.

*На втором этапе* рассчитаем совокупные показатели по каждой из анализируемых групп и интегральный показатель финансовой безопасности (табл. 3).

Таблица 3

Расчет интегрального показателя финансовой безопасности ООО «ИМПЭКС-ДОН» 2021-2022 гг.

Наименование показателя	Общий балл		Макс. балл
	2021 г.	2022 г.	
Совокупный показатель I группы	6	6	7
Совокупный показатель II группы	5	4	7
Совокупный показатель III группы	1	2	7
Совокупный показатель IV группы	5	5	7
<b>Интегральный показатель финансовой безопасности</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>28</b>



Интегральный показатель финансовой безопасности ООО «ИМПЭКС-ДОН» как в 2021 г., так и в 2022 г. имеет одинаковое значение – 17, что значительно ниже максимального значения. Однако, в целом состояние финансовой безопасности предприятия можно считать достаточным.

На третьем этапе применим графоаналитический метод эквивалентных синусоид, при котором необходимо все приведенные совокупные показатели привести в значения от 0 до 1 (для этого по каждой строке выбирается максимальное значение и затем каждую позицию в строке необходимо на него разделить), построить многоугольники финансовой безопасности по годам (рис. 1.3) и рассчитать их площади.

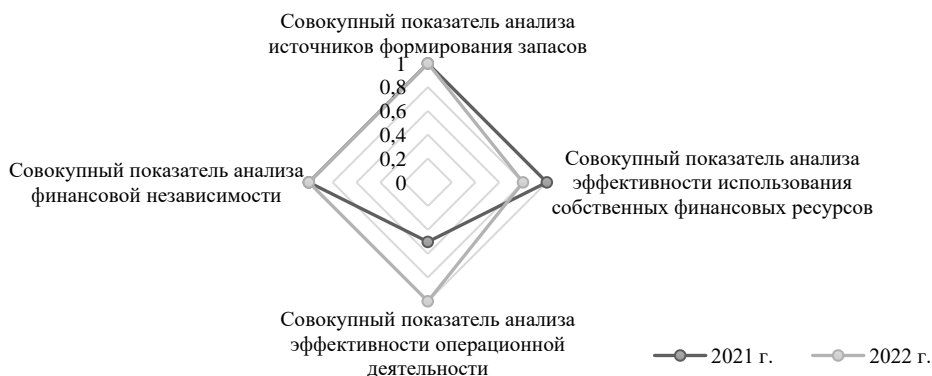


Рис. 1. Графический метод определения финансовой безопасности ООО «ИМПЭКС-ДОН» за 2021-2022 годы

Для определения точности результата рассчитаем площадь многоугольника финансовой безопасности по каждому году:

$$S = \frac{1}{2} \sin \frac{360}{n} * (k_1 * k_2 + k_2 * k_3 + \dots + k_n * k_1) \quad (1)$$

где n — количество совокупных показателей;

k — совокупные показатели анализируемых групп.

$$S_{2021} = \frac{1}{2} * \left( \sin \left( \frac{360}{4} \right) \right) * (1 * 1 + 1 * 0,5 + 0,5 * 1 + 1 * 1) = 1,341$$

$$S_{2022} = \frac{1}{2} * \left( \sin \left( \frac{360}{4} \right) \right) * (1 * 0,8 + 0,8 * 1 + 1 * 1 + 1 * 1) = 1,609$$

Таким образом, рассчитанные площади показывают, что уровень финансовой безопасности ООО «ИМПЭКС-ДОН» в 2022 г. немного выше, чем в 2021 г. Разница незначительна, поэтому можно считать, что графоаналитический метод подтвердил результат методики проведения комплексной оценки финансовой безопасности: уровень финансовой безопасности предприятия в анализируемых годах практически одинаковый и является достаточным.

**Вывод.** Применение комплексной оценки финансовой безопасности предприятия на основе консолидации методик, позволяет лучше понять и оценить общую финансовую стабильность и устойчивость предприятия, сравнивая как с нормативными, так и со среднеотраслевыми показателями, что является преимущественнее для каждого субъекта хозяйствования.

#### Список литературы:

1. Блажевич, О.Г. Оценка финансовой безопасности предприятия и выявление путей ее повышения / О.Г. Блажевич, Н.А. Кирильчук // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2016. – №2. – С. 40-48.

2. Зотова, Е.В. Оценка финансовых рисков предприятия / Е.В. Зотова, Т.В. Дворецкая // Журнал: STUDIUM. – 2017. – №2. – С. 5

3. Кондрашова, Е.А. Финансовая безопасность предприятия: учебно-методическое пособие для обучающихся по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность / Е. А. Кондрашова. – Донецк: ДонНУ, 2020. – 135 с.

4. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 02.04.2024).

5. Финансовые показатели вид деятельности: Торговля оптовая, кроме оптовой торговли автотранспортными средствами и мотоциклами – Текст: электронный. – URL: <https://www.testfirm.ru/otrasli/46/> (дата обращения: 02.04.2024).

6. Хелферт, Э. Техника финансового анализа / Э.Хелферт. – М: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 663 с.

Ильин М. В., студент

Научный руководитель: Архипова Л. С., канд. экон. наук, доцент  
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

[iljin.maratka@yandex.ru](mailto:iljin.maratka@yandex.ru)

## ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

**Актуальность.** Современное состояние топливно-энергетического комплекса Российской Федерации отражает текущую ситуацию на мировом торговом рынке. Возникающие проблемы и санкционные препятствия, сформировавшиеся еще в 2022 году, усложняют ведение деятельности в секторе топливно-энергетического комплекса (ТЭК).

В условиях санкционных ограничений, наложенных на Российскую Федерацию, ТЭК, являющийся краеугольным камнем экономики, сталкивается с серьезными вызовами, прямо затрагивающими национальную безопасность и экономическую стабильность страны.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Существующие научные работы в этой области включают в себя комплексные анализы макроэкономических тенденций, изучение специфики внешнеэкономической политики, а также применение специализированных моделей для оценки долгосрочных последствий санкционной политики. Особое внимание уделяется исследованиям в области поиска альтернативных источников финансирования, включая, но не ограничиваясь, привлечение внутренних инвестиций и разработку новых технологий. Гулиев И.А., кандидат экономических наук, доцент МГИМО в работе «ТЭК России: итоги года 2023 и ожидания 2024» [5] описывает влияние санкций на весь топливно-экономический комплекс и детально дает информацию по нефтяной отрасли, газовой отрасли, угольной отрасли и электроэнергетики.

**Цель исследования** состоит в проведении комплексного анализа воздействия санкционных ограничений на ТЭК Российской Федерации с целью выявления наиболее уязвимых звеньев комплекса и разработки стратегий его устойчивого развития. Для достижения поставленной цели были использованы методы системного анализа, экономического моделирования и экспертного оценивания.

**Результаты исследования.** В ходе исследования проведена оценка текущего состояния ТЭК Российской Федерации, выявлены основные проблемы и вызовы,

стоящие перед отраслью в свете санкций, а также предложены эффективные механизмы реагирования на изменения международной конъюнктуры.

ТЭК России значительно пострадал из-за международных санкций, введенных в связи с действиями России на Украине [4]. Санкции затронули финансирование, развитие технологий, а также экспорт ресурсов, ограничив доступ к зарубежным рынкам и технологиям.

При этом, из-за нестабильности и рисков, связанных с возможностью новых санкций, уменьшился приток иностранных инвестиций в отрасль, что ограничивает возможности развития и модернизации. Зависимость от зарубежных технологий стала очевидной, особенно в сложных проектах по добыче углеводородов, где Россия исторически опиралась на западные разработки и оборудование.

Из приведенного анализа (см. таблица 1) определенно отслеживается, что данные элементы оказывают существенное воздействие на траекторию развития топливно-энергетического сектора России, в частности в условиях текущей нестабильности и санкционного давления.

Таблица 1

Основные факторы, влияющие на развитие топливно-энергетического комплекса РФ

<b>Внутренние факторы</b>	<b>Внешние факторы</b>
1. Высокий уровень износа базовых активов, превышающий 80%	1. Воздействие международных политических санкций
2. Недостаточное качество основных видов нефтепродукции	2. Экономические и инвестиционные ограничения, препятствующие привлечению иностранных инвестиций для реализации новых проектов
3. Неоптимальное расположение нефтеперерабатывающих заводов внутри страны	3. Глобальная пандемия COVID-19 и ее влияние на мировые цепочки поставок
4. Технологическое отставание в разработке логистических сетей	4. Запрет на поставки нефти в ЕС, начиная с 2023 года
5. Значительные затраты на капитал и ресурсы в процессах производства	5. Отход от сотрудничества иностранных корпораций, таких как BP и Shell [3]
6. Сложные природные условия, затрудняющие добычу нефти	6. Изменение логистических направлений в сторону азиатских рынков
7. Недостаточно освоенные месторождения, обладающие крупными запасами сырья	7. Нехватка зарубежных комплектующих и технологий для отрасли

Ситуация усугубляется из-за санкций, введенных против России, что приводит к новым вызовам, особенно в сфере энергетики, обороны и финансовом секторе.

В июле 2014 года мировое санкционное давление обрушилось на Россию после вхождения Республики Крым в состав Российской Федерации. Тогда, те санкции, нацеленные на основные секторы деятельности страны, стали ощущаться более очевидно, когда добавились к проблемам, связанным с падением цен на нефть. В то время казалось, что Россия только начинает преодолевать экономический спад, но санкции оказали негативное влияние на быстрое восстановление.

С ограничениями на доступ к западным кредитам и инвестициям, Российская Федерация сталкивается с основным краткосрочным воздействием санкций [1]. Добыча и экспорт нефти и газа продолжают, но в будущем они могут столкнуться с серьезными препятствиями. Внутренние меры, такие как российские контрсанкции, принесли некоторую выгоду сельскохозяйственному сектору, но доступность и цены на продукцию для потребителей остаются все еще неразрешенным вопросом.

Точно оценить долгосрочное воздействие санкций сложно, однако аналитики едины во мнении, что они стоят России миллиардов евро в год и препятствуют ее

полноценному экономическому развитию, замедляя ее путь для возврата на более быстрые темпы роста [6].

Международные санкции представляют собой набор экономических и политических ограничений от правительств и международных организаций, нацеленных на государства и организации для принуждения к изменению политики. Данные меры являются по сути строгим запретом на бизнес-взаимодействие с государствами и физическими, а также юридическими лицами, внесенными в список санкционных ограничений.

Как правило, целью санкций является:

- защита интересов национальной безопасности;
- обеспечение соблюдения международного права;
- защита от угроз международному миру и безопасности;
- борьба с финансовыми преступлениями;
- предотвращение гуманитарных кризисов и терроризма;
- достижение дипломатических целей.

Из-за введенных санкций против России ожидается сильнейший за последнее время экономический спад. При этом, при любом результате развития событий на Украине при проведении специальной военной операции спад экономики будет существеннее и продолжительнее, чем спад в период пандемии коронавируса.

Так, в рассматриваемом ТЭК Россия сталкивается с различными задачами, среди которых выделяется необходимость поиска новых экспортных рынков и партнеров, развитие собственных технологий для обеспечения отраслевой независимости, а также приспособление к изменившимся мировым политическим и экономическим условиям.

Ответы на эти вызовы для Российской Федерации заключаются в усиленном внедрении собственных разработок, в том числе улучшение технологий переработки газа и угля, с целью последующего снижения зависимости от внешних источников. Уже сегодня предпринимаются шаги по привлечению национальных инвесторов через финансовые льготы и развитию сотрудничества с дружественными странами.

С целью укрепления технологических возможностей развитие функционирования топливно-энергетического комплекса Российской Федерации направлено на организацию совместных предприятий с партнерами из дружественных стран, развитие отечественного производства главного оборудования и применение цифровых инноваций в управлении и эксплуатации топливно-энергетических ресурсов. Данные мероприятия направлены на повышение продуктивности и снижению зависимости от импортных комплектующих путем развития программы по импортозамещению в России, в том числе и в секторе ТЭК.

На внутреннем уровне необходимо снижать потребление ресурсов через энергоэффективные технологии, что в итоге позволит увеличить объем экспортируемой продукции. Продвигается также использование природного газа в качестве топлива для транспорта, что открывает новые перспективы для местной индустрии. Поддержка возобновляемых источников энергии также считается прорывным направлением, способствующим сокращению односторонней зависимости от экспорта ископаемых видов топлива.

Таким образом, подытожим, что в качестве основных результатов, были определены потенциальные пути технологического обновления, обеспечивающие минимизацию зависимости от импортных поставок, и практические шаги для расширения экспортного потенциала и развития внутреннего рынка.

Выводы данного исследования акцентируют внимание на значимости проведения реформ в сфере ТЭК, направленных на повышение автономности и адаптивности экономики России, что в конечном итоге будет способствовать устойчивому

социально-экономическому развитию страны, а также обеспечению экономической и национальной безопасности государства.

#### Список литературы:

1. 13-й пакет санкций ЕС и новые санкции США: что вошло и как отразится на российской экономике. – Текст: электронный. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/sanctions-feb-2024/?ysclid=luhb6f6f5k334269081> // (дата обращения 28.03.2024)
2. Григорьев, Л.М. Нефтяной рынок: конфликт между подъемом и энергетическим переходом / Л.М. Григорьев, Е.А. Хейфец // Вопросы экономики. 2022;(9):5-33. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2022-9-5-33>
3. Нефтегазовые компании Shell и BP отказались от сотрудничества с Россией. – Текст: электронный. – URL: <https://snob.ru/news/neftegazovye-kompanii-shell-i-bp-otkazalis-ot-sotrudnichestva-s-rossiej/?ysclid=luhaurxo84619353409> // (дата обращения 27.03.2024)
4. Пыхов, П.А. Топливо-энергетический комплекс России в условиях санкционных ограничений / П.А. Пыхов // Московский экономический журнал. – 2022. – №12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/toplivno-energeticheskiy-kompleks-rossii-v-usloviyah-sanktsionnyh-ogranicheniy> (дата обращения: 26.03.2024).
5. ТЭК России: итоги года 2023 и ожидания 2024. – Текст: электронный. – URL: [https://mgimo.ru/about/news/experts/tek-rossii-2023/?ysclid=luh9xvjvix588192699&utm\\_source=ya.ru&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=ya.ru&utm\\_referrer=ya.ru](https://mgimo.ru/about/news/experts/tek-rossii-2023/?ysclid=luh9xvjvix588192699&utm_source=ya.ru&utm_medium=referral&utm_campaign=ya.ru&utm_referrer=ya.ru) // (дата обращения 25.03.2024)
6. Ялоза, В. А. Обеспечения финансового суверенитета РФ в условиях международных санкций / В. А. Ялоза, Н. С. Баженов // Символ науки: международный научный журнал. – 2023. – Т. 1, № 12-1. – С. 189-190.

Карпенко Д. А., студент

Научный руководитель: Еропутова О. А., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[eropotovaolja@mail.ru](mailto:eropotovaolja@mail.ru)

### РОЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

**Актуальность**, обусловлена тем, что в современных условиях, когда экономическая среда становится все более сложной и непредсказуемой, сохранение и укрепление позиций на рынке является необходимым условием успешной деятельности предприятия. Кроме того, в условиях глобализации экономики и свободного перемещения товаров и услуг через границы стран, конкуренция становится все более жесткой и непрерывной, что требует от предприятий не только обеспечения качества продукции и услуг, но и удержания и расширения своей доли на рынке. Оценка конкурентоспособности предприятия помогает установить его сильные и слабые стороны, выработать стратегию развития и принять эффективные меры по укреплению конкурентных позиций. В связи с этим, изучение вопросов, связанных с оценкой конкурентоспособности предприятия, является актуальным и важным направлением научных исследований в сфере экономики.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Многогранным проблемам конкурентоспособности посвятили свои труды ведущие зарубежные и российские учёные. Среди российских ученых, которые занимаются проблемами конкурентоспособности предприятий и экономической безопасности, можно выделить следующих авторов и их работы: Бельтюкова И.А. Бугаевский Л.М. Катков Д.А., Кокошин А.А. Фетисова Е.Ю.

**Целью исследования** является обоснование и развитие теоретико-методических аспектов конкурентоспособности предприятия для разработки рекомендаций по повышению её уровня и минимизации рисков.

**Результаты исследования.** Экономическая деятельность предприятия представляет собой сложную многоуровневую систему, которая подвержена воздействию как внешних, так и внутренних факторов, способных оказать влияние на стабильность процессов в организации. Для обеспечения стабильного функционирования и эффективного развития в современных условиях важно обратить особое внимание на одну из ключевых систем в структуре предприятия - систему обеспечения конкурентоспособности [1].

Конкурентоспособность представляет собой способность фирмы или продукта эффективно соперничать на рынке. Это означает, что компания может предложить уникальные, высококачественные товары или услуги, которые отличаются от товаров и услуг конкурентов и соответствуют потребностям клиентов.

Суть конкурентоспособности заключается в создании ценности для клиентов и достижении того, чтобы они отдавали предпочтение вашему продукту или услуге. Обычно конкурентоспособность достигается через инновации, улучшение процессов и продуктов, управление качеством, маркетинг и взаимоотношения с клиентами [2].

Конкурентоспособность в нынешних реалиях играет очень важную роль в успехе компаний. Организации, которые не способны конкурировать на рынке, очень часто сталкиваются с такими проблемами, как снижение продаж, убытки или даже имеют свойство банкротиться. В то же время, организации, которые имеют определенное стратегическое преимущество перед конкурентами, имеют способность добиться увеличения оборота, а также достичь успеха.

Экономическая стабильность и конкурентоспособность являются двумя важными понятиями в экономике, их взаимосвязь нельзя недооценивать. Высокий уровень конкурентоспособности предприятия определяется ее способностью производить товары и услуги достаточно высокого качества по доступной цене, а также предлагать их на рынке более оперативно в отличие от ее конкурентов [2]. В то время как экономическая устойчивость подразумевает, что организация может обладать хорошей стабильностью для переживания экономических кризисов, внезапных изменений на рынке, а также политических скачков и других рисков.

Особую взаимосвязь конкурентоспособности и обеспечения экономической стабильности компании дает комплексный подход. Это может подразумевать необходимость учета большого спектра факторов, включающие в себя финансовые, экономические, социальные, политические и технологические для того, чтобы достичь высокий уровень конкурентоспособности и обеспечить устойчивое развития предприятия.

Согласно, этого подхода, компания должна постоянно проводить анализ своей деятельности, а также следить за изменениями на рынке, оценивать свои конкурентные преимущества и прогнозировать возможные угрозы и риски. Это может помочь предприятию создать эффективную систему обеспечения экономической стабильности, которая учтет все аспекты его деятельности и обеспечит защиту от различных угроз [3].

Анализ конкурентоспособности и экономической устойчивости организации можно считать ключевым инструментом бизнес-управления, который поможет выявить преимущества и недостатки компании, а также сможет определить потенциальные перспективы и риски на текущем рынке. Чтобы достичь этой цели применяются разнообразные методики и стратегии, которые можно классифицировать следующим образом:

1. Метод сравнения конкурентов;
2. Анализ рыночной ситуации;
3. Оценка уровня удовлетворенности клиентов;
4. Метод экспертных оценок;
5. Комплексный подход.

В сложных и современных экономических условиях особенно актуальны наиболее эффективные методы, которые применимы к оценке экономической устойчивости предприятия [3].

В методе индикаторов необходимо применять пороговые значения для многих показателей, которые охватывают различные аспекты деятельности предприятия. К ним можно отнести основные, финансовые и инвестиционные. Проводится оценка с помощью сопоставления пороговых значений с фактическими показателями компании, с помощью которых отражаются реальные условия, а также ее особенности, включая производственные, финансовые и социальные аспекты [3]. Для большей точности необходимо использовать большее количество показателей, которые применяют в процессах планирования, учета и анализа деятельности компании. Они могут описать эффективность обеспечения экономической безопасности на всех уровнях системы, действующей в данной компании (рис. 1).

Метод ресурсно-функциональной оценки является очень эффективным инструментом, который используется для анализа ресурсов компании. Этот подход позволяет владельцам и менеджменту более уверенно управлять основными элементами бизнеса. Эффективное управление корпоративными ресурсами способствует предотвращению потенциальных угроз, которые негативно сказываются на экономической стабильности компании.

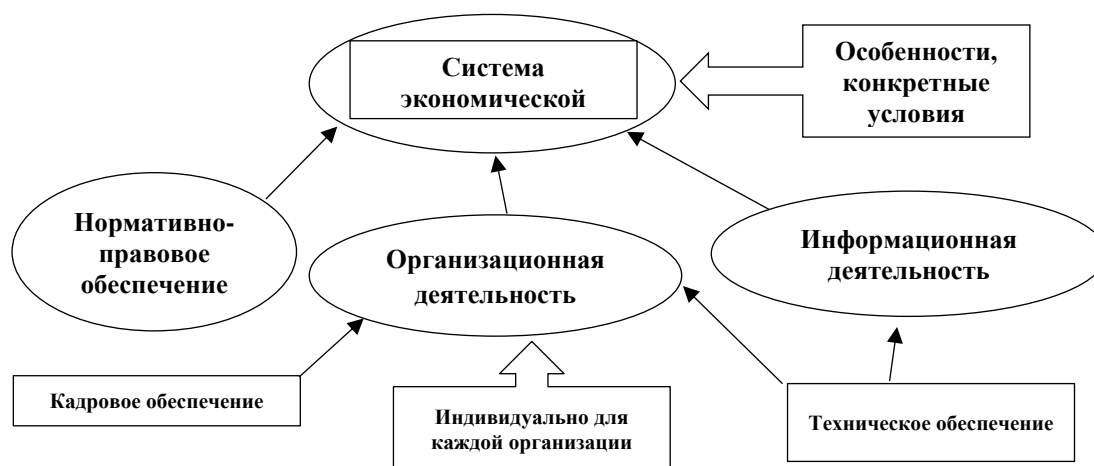


Рис. 1. Система экономической безопасности предприятия

Интегральный метод оценки экономической безопасности позволяет объединить многие финансово-экономические показатели. Он включает несколько уровней интеграции показателей и может проводить анализ в виде кластеров в многомерном пространстве. Главный минус данного метода – его математическая

основа. При использовании его чтобы оценить экономическую безопасность предприятия учитывают только математические аспекты.

Таким образом, по проведенному исследованию, можно сделать следующие выводы, повышение конкурентоспособности предприятия, может быть достигнуто за счет ряда факторов. Во-первых, компания может улучшить качество своей продукции, применив для этого различные методы и сделав ее более привлекательной для потребителя. Во-вторых, необходимо развивать новые технологии и методы производства, это сможет позволить обеспечить более эффективный процесс производства, что значительно повысит конкурентоспособность компании на рынке. Кроме этого, необходимо улучшать логистику и управление цепочкой поставок. Этот пункт поможет компании стать более конкурентоспособной и максимально повысит доверие клиента и закупщика, так хорошая логистика – залог успеха.

Подводя итоги можем сказать, что повышение конкурентоспособности предприятия значительно укрепит его экономическую безопасность и обеспечит долгосрочное развитие.

#### Список литературы:

1. Сущность экономической безопасности и конкурентоспособности. – Текст: электронный. – URL: <https://ekam-journal.com/images/6-2021/1-2021/Kushubakova.pdf> (дата обращения: 30.03.2024).

2. Чвертко, Л.А. Конкурентоспособность предприятия как фактор экономической безопасности / Л.А. Чвертко. – Текст: электронный // Вестник академии знаний: Академия знаний (Краснодар). – 2016. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28083759> (дата обращения 30.03.2024).

3. Ермакова, И. Н. Методические подходы к оценке уровня экономической безопасности сельскохозяйственного предприятия / И. Н. Ермакова, Н. Б. Михеева, Д. С. Хандогина // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2018. – № 4 (10). – С. 43-54.

4. Есембекова, А. У. Методика оценки уровня экономической безопасности организаций / А. У. Есембекова, В. А. Боровинских, М. В. Павлуцких // Финансы и управление. – 2016. – № 2. – С. 62-70.

Кончакова А. Д., студент  
Научный руководитель: Архипова Л. С., канд. экон. наук, доцент  
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова  
[aleksakonchakova@gmail.com](mailto:aleksakonchakova@gmail.com)

### ИНВЕСТИЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

**Актуальность.** В современных условиях геополитического противостояния, которое привело к введению дискриминационных мер в отношении России, а также непрекращающийся поток новых способов давления, приведшим к разрушению транспортно-логистических и финансовых связей, приостановки и закрытия производств, происходит замедление хозяйственной активности многих экономических субъектов и, как следствие, снижение инвестиционной активности региона. В этих условиях важно исследовать инвестиционную безопасность региона для обеспечения стабильности бизнес-среды и защиты интересов инвесторов в условиях санкций.



**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследование инвестиционной безопасности Калужской области как части экономической безопасности региона и ее оценки проводил доцент кафедры менеджмента Института управления, бизнеса и технологий Ю. В. Зайцев. Ученый проанализировал влияние иностранных инвестиций на инвестиционную активность региона и на возможные инвестиционные риски. Кандидат экономических наук РАНХиГС Анохина Л. В. Рассматривала влияние санкций и уход ряда иностранных компаний на инвестиционный климат Калужской области.

**Цель исследования.** Основной целью исследования является оценка влияния санкционных ограничений на инвестиционный климат Калужской области в рамках обеспечения экономической безопасности региона, а также анализ мер, которые принимают власти для обеспечения экономической безопасности.

**Результаты исследования.** Одним из российских регионов-лидеров, обладающих существенным инвестиционным потенциалом, является Калужская область. Регион имеет выгодное экономико-географическое положение, находится в центре европейской части России, имеет значительную ресурсно-сырьевую базу (торф, уголь, песок, древесина и др.). Это способствует формированию инвестиционного потенциала области [2].

Главные показатели инвестиционной безопасности – норма инвестирования (доля инвестиций в основной капитал в ВРП) и индекс физического объема инвестиций в основной капитал, которые показывают уровень инвестиционных ресурсов для поддержания роста экономики. Степень износа основных фондов определяет результаты инвестиционной сферы. Несоответствие пороговым значениям этих показателей может привести к потере конкурентоспособности продукции региона на внешних рынках и замедлению темпов экономического роста.

Для оценки уровня инвестиционной безопасности области и выявления угроз в исследовании использованы коэффициенты соотношения, которые производят нормирование относительно пороговых значений. Коэффициент соотношения для индикаторов-стимуляторов (норма инвестирования и индекс объема инвестиций в основной капитал) рассчитывается как отношение фактического значения показателя к пороговому значению, и обратное отношение – для индикаторов-стимулятора (степень износа основных фондов). Для объединения нормированных данных вычисляются частные интегральные показатели как среднее арифметическое значений коэффициентов соотношения.

Таблица 1

Индикаторы инвестиционной безопасности Калужской области с 2010 по 2022 гг. (составлено по: [4])

Показатель	Пороговое значение		2010	2015	2020	2021	2022
Доля инвестиций в основной капитал к ВРП, %	не менее 25	фактическое значение	39,50	27,29	19,96	19,76	19,57
		индикатор инвестиционной безопасности	1,58	1,09	0,80	0,79	0,78
Индекс физического объема инвестиций в основной капитал, %	не менее 110	фактическое значение	116,40	80,70	95,90	114,90	88,80
		индикатор инвестиционной безопасности	1,06	0,73	0,87	1,04	0,81
Степень износа основных фондов, %	не более 40	фактическое значение	34,00	36,80	47,70	50,10	46,20
		индикатор инвестиционной безопасности	1,18	1,09	0,84	0,80	0,87
интегральная оценка инвестиционной безопасности			1,27	0,97	0,84	0,88	0,82

Доля инвестиций в основной капитал в Калужской области снизилась за рассматриваемый период в 2 раза - с 39,50% в 2010 году до 19,57% в 2022 году, оставаясь ниже порогового значения последние три года. Это свидетельствует о снижении инвестиционной активности в экономике в связи с увеличением санкций в последние годы. Индекс физического объема инвестиций в основной капитал варьирует: реальный прирост инвестиций в основной капитал был выше порогового значения в 2010 г. и в 2021 г., однако в 2021 г. превышение порогового значения индекса связан с увеличением инвестиций в сравнении с ослаблением экономической активности в пандемийный кризис 2019-2020 гг., общий же тренд указывает на снижение инвестиционной активности. Инвестиционная среда в регионе становится менее привлекательной для инвесторов в связи введением санкций [3]. Уровень износа основных фондов увеличивается, что говорит о невозможности рационально использовать и своевременно обновлять основные фонды предприятий и может свидетельствовать о необходимости дополнительных инвестиций в обновление производственных мощностей. Интегральная оценка инвестиционной безопасности также показывает ухудшение ситуации: с 1,27 в 2010 году до 0,82 в 2022 году. Это подтверждает общий тренд снижения инвестиционной безопасности в Калужской области.

**Выводы.** Исходя из анализа основных показателей, можно составить вывод о том, что экономические и технологические ограничения, разрыв логических цепочек, уход ряда иностранных компаний привели к замедлению инвестиционной активности, включая снижение инвестиций в основной капитал Калужской области, а также ускорению таких явлений как износ основных фондов, что негативно сказывается на инвестиционном климате Калужской области. Соответственно, текущий уровень инвестиций не достаточен для обеспечения стабильного экономического развития в Калужской области.

Федеральные и региональные власти принимают меры для увеличения инвестиционной безопасности региона в условиях санкций. Планируется создание Инновационного научно-технологического центра «Парк атомных и медицинских технологий» для реализации новых промышленных и инвестиционных проектов. Также предлагается национализировать 59 иностранных компаний, чтобы восстановить объем промышленного производства и привлечь отечественных инвесторов из других регионов. Данные меры будут способствовать повышению инвестиционной безопасности Калужской области.

Таким образом, дискриминационные меры зарубежных стран по отношению к России привели к значительным изменениям в сфере инвестиционной активности в Калужской области. Реализация предложенных мер, а также инвестиционная поддержка государства позволят поддержать регион в условиях санкционных ограничений и будут способствовать повышению инвестиционного потенциала Калужской области, привлекая новые инвестиции в регион в условиях неправомерных политических санкций.

#### Список литературы:

1. О прогнозе социально-экономического развития Калужской области на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов: Постановление Правительства Калужской области от 21 сентября 2022 г. № 723 (в редакции от 21.09.2022).
2. Безпалов, В.В. Роль инвестиций в развитие внешнеторговой деятельности региональных промышленных комплексов в условиях импортозамещения / В.В. Безпалов. – Текст: электронный // УЭКС. – 2017. – №9 (103). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-investitsiy-v-razvitiye-vneshnetorgovoy-deyatelnosti->

regionalnyh-promyshlennyh-kompleksov-v-usloviyah-importozamescheniya (дата обращения: 08.04.2024).

3. Лемешкина, В. Р. Оценка изменений инвестиционного климата Калужской области в 2022 году / В.Р. Лемешкина // Молодой ученый. – 2023. – № 6 (453). – С. 104-107.

4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калужской области: Официальный сайт. – URL: <https://40.rosstat.gov.ru/?ref=bbbsite> (дата обращения: 03.04.2024).

Королёв А. А., аспирант  
Научный руководитель: Безпалов В. В., д-р экон. наук, доцент  
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова  
*skorpio\_tem@outlook.com*

## МЕСТО И РОЛЬ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

**Актуальность.** Ухудшение общественно-политических отношений на мировой арене в связи с началом Россией специальной военной операции в 2022 года выводят вопросы обеспечения национальной экономической безопасности государства на новый виток обсуждений. Активная ограничительная политика западных стран в связи с данным фактом, сопровождающаяся элементами эмбарго, запретом ряда стран на экспорт товаров из России, заморозкой финансовых активов, прекращением научного и культурного обмена, направленная на сдерживание экономического развития и подрыв устойчивости государства является одним их факторов, который образует ряд новых угроз экономической безопасности государства, включая отрасль машиностроения. Вместе с тем примененные ограничительные условия являются и стимулом для поиска нового подхода развития ключевых отраслей экономики, что в свою очередь позволяет нивелировать возникшие угрозы экономической безопасности, что формирует актуальность темы места и роли машиностроительной отрасли в системе обеспечения экономической безопасности России.

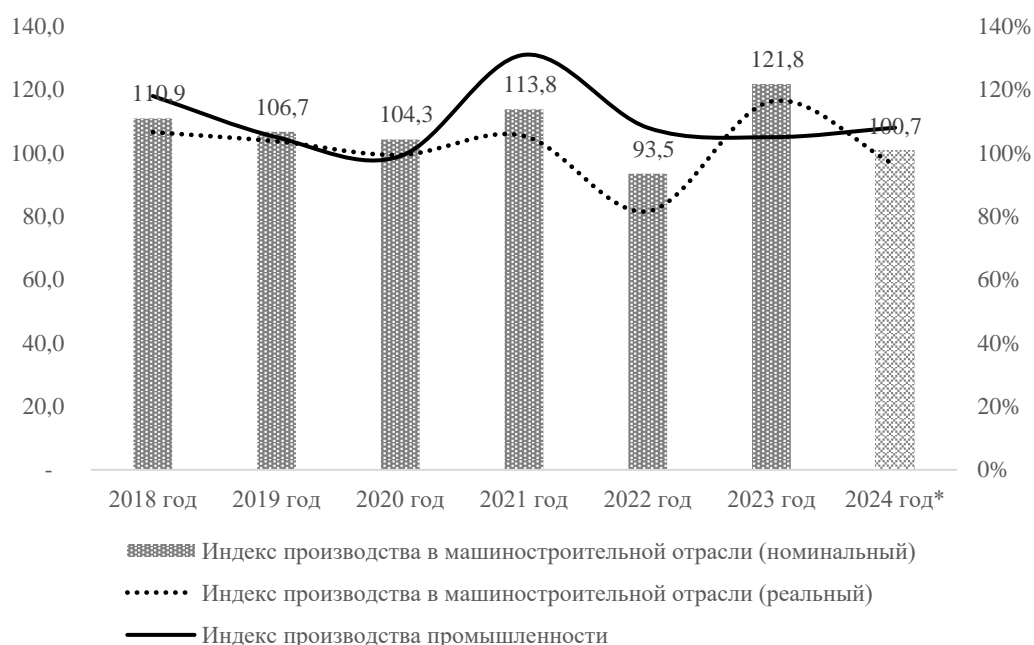
**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследование и разработка теоретических основ экономической безопасности и роли машиностроения в ней представлены в работах Ю. А. Гриневича, С. Л. Ивановского «Направления устойчивого развития экономической безопасности предприятий машиностроения», Поконова А. А. «Проблемы и задачи развития отечественного машиностроения», а также трудах Л. И. Абалкина, С. Ю. Глазьева, А. Н. Илларионова и других.

**Цель исследования.** Целью работы является определение места и роли машиностроительной отрасли в системе обеспечения экономической безопасности России.

**Результаты исследования.** Отрасль машиностроения в сфере промышленности национальной экономики обеспечивает экономических субъектов продуктами материального производства, а также формирует технический и технологический прогресс, способствует повышению производительности труда, увеличению конкурентоспособности всей экономики. Всестороннее развитие данной отрасли является наиболее важным критерием для достижения целей обеспечения эффективности и суверенности всех отраслей экономики государства [3].

Отрасль машиностроения является одной из ключевых высокотехнологичных и среднетехнологичных отраслей промышленности. Отмечая роль и место машиностроительной отрасли в системе обеспечения экономической безопасности необходимо рассмотреть долю производства в общем объеме промышленного производства России. Её размер в общем объеме отгруженных товаров и услуг промышленности составляет порядка 11–12% (Рис. 2). При этом к производству данной отрасли необходимо относить следующие сферы экономической деятельности: производство компьютеров, производство электрического оборудования (аккумуляторы, генераторы, мелкие бытовые приборы и др.), производство машин и оборудования общего и специального назначения (автотранспорт, летательные аппараты, станки, военные боевые транспортные средства), которые активно применяются в различных отраслях и сферах экономической деятельности России. Так продукты производства машиностроительной отрасли используются в сферах агропромышленного комплекса, строительства, транспорта, а также в сферах общественного пользования.

До начала 2022 года общая динамика машиностроительной отрасли отвечала динамике производства всего промышленного комплекса (рис. 1). Стоит отметить, что тренд в период с 2018 по 2022 был неравномерен, пик производства приходится на 2021 с годовым приростом порядка 13%. Во многом такой выброс может быть объяснен периодами 2020 и 2022 года, когда геополитические обстоятельства существенно повлияли на экономику России. Причинами изменений в 2020 году стали экономические ограничения, вызванных острым распространением COVID-19, а также сокращение объемов добычи нефти в рамках соглашения ОПЕК+. Причинами значительных колебаний в 2022 году стали многочисленные санкционных ограничения зарубежных государств, направленные на подрыв экономики России в связи с началом СВО на территории Украины.



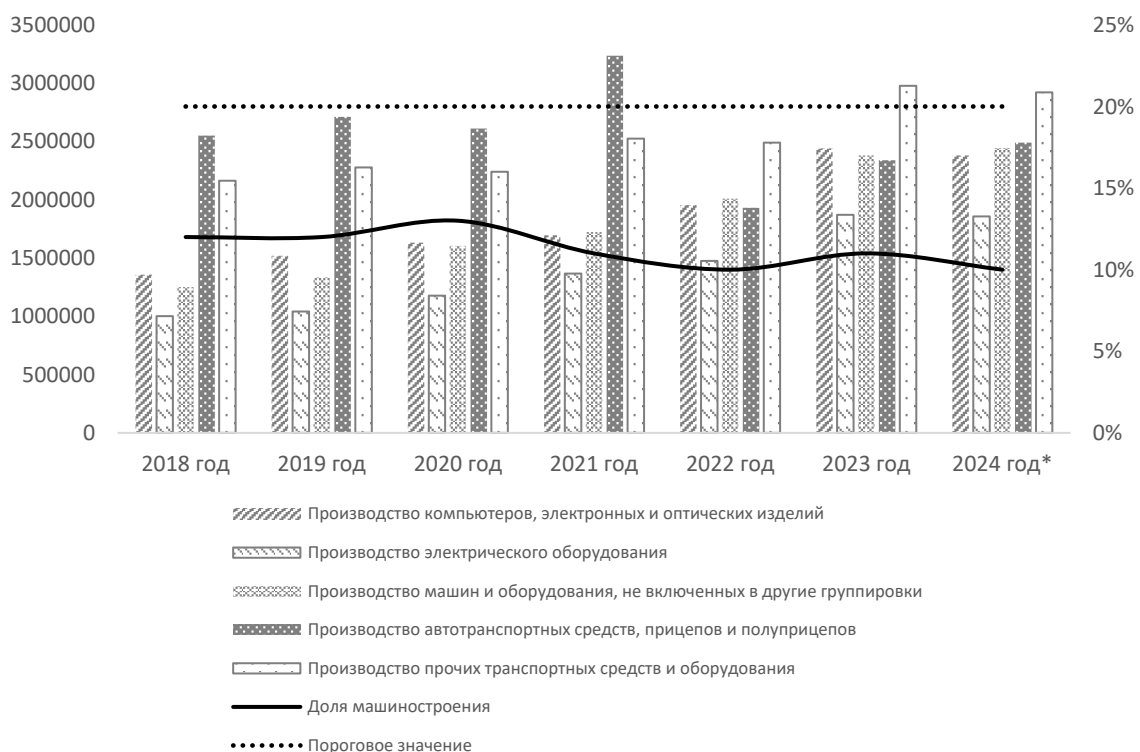
\*Прогнозное значение на 2024 год.

Рис. 1. Индекс производства машиностроительной отрасли 2018–2024 гг., % [12]

Согласно представленным статистическим данным состояние машиностроительного комплекса имеет следующую структуру, в которой наибольшую

долю занимают производство автотранспортных средств, а также производство прочих транспортных средств (в число которых входит производство военной техники). При этом на графике отчетливо видно, что баланс данных компонентов машиностроительной отрасли изменился в 2022 году, преобладающая доля производства автотранспортных средств была снижена в пользу прочих транспортных средств. Во многом данное изменение коррелирует с обстоятельствами 2022 года, к числу которых необходимо отнести уход с российского рынка автомобильных концернов Toyota, Mercedes, Nissan, Hyundai, Volkswagen в связи с началом специальной военной операции России на территории Украины. Вместе с тем увеличенные объемы отгруженной продукции производства прочих транспортных средств могут быть объяснены большей нагрузкой мощностей предприятий военно-промышленного комплекса. Оценка прогнозных данных 2024 года демонстрирует, что тенденция данных изменений может сохраниться, но при этом сектор производства автомобилей будет поступательно восстанавливаться. Во многом такое восстановление будет возможно с приходом китайских предпринимателей, которые готовы заместить иностранных партнеров в России. Стоит отметить, что производство компьютеров имеет положительную динамику, что свидетельствует об активном развитии данной сферы после примененных ограничительных мер иностранных государств на ввоз данного рода товаров.

В целях оценки состояния экономической безопасности необходимо отметить, что доля машиностроения в промышленности не достигает установленного порогового значения в 20%, что свидетельствует о наличии угроз и вызовов национальной экономики [5].



\*Прогнозное значение на 2024 год.

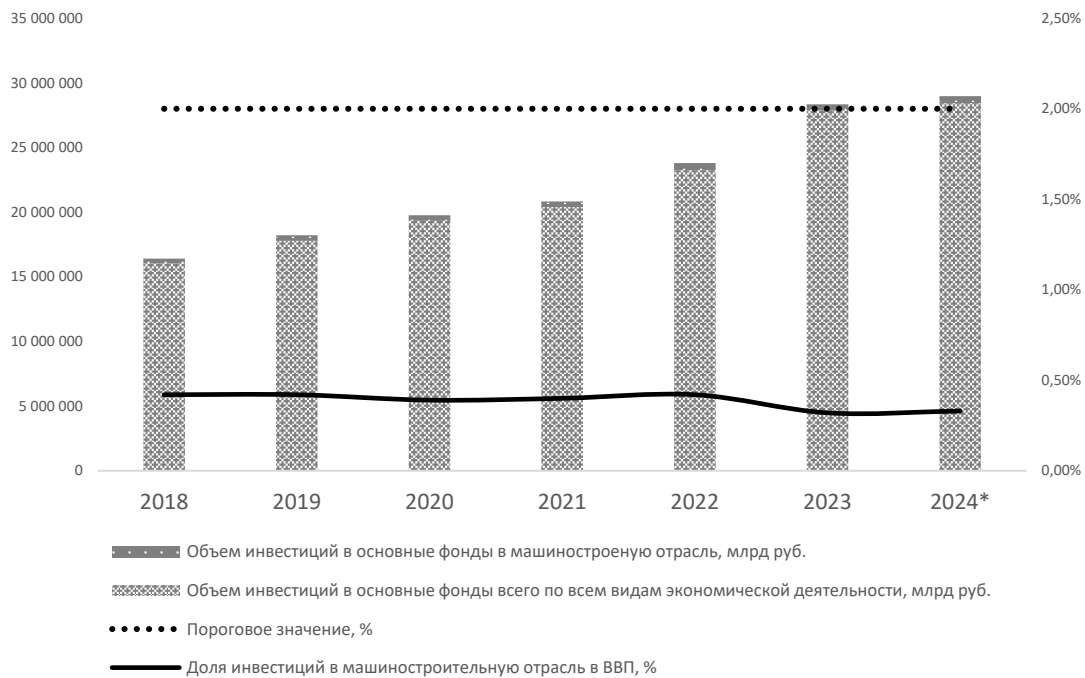
Рис. 2. Объем отгруженных товаров и услуг предприятиями машиностроительной отрасли за 2018–2024 гг., млн руб. [12]

Не менее значимым показателем роли машиностроительной отрасли в системе экономической безопасности является объем инвестиций в рассматриваемую сферу

промышленности. Несмотря на то, что общий тренд объема капиталовложений в промышленность имеет неуклонный рост, доля инвестиций в машиностроительную отрасль от внутреннего валового продукта составляет всего порядка 0,5–0,6% (Рис. 3). Данный показатель находится ниже установленного порогового значения, что свидетельствует об угрозах экономической безопасности в сфере машиностроения [5].

Значительное снижение доли финансирования отрасли машиностроения приходится на период 2022 года, когда большое количество международных контрактов было приостановлено или прекращено вовсе. Стоит отметить, что по прогнозным оценкам 2024 года объемы инвестиций увеличатся, факторами для этого станут изменение ключевых международных партнеров для сотрудничества в сфере машиностроения, активное государственное субсидирование стратегических отраслей экономики (в том числе активное государственное финансирование сектора военно-промышленного комплекса).

Учитывая тот факт, что машиностроительная отрасль промышленности является одной из ключевых сфер деятельности, которая развивает большинство сфер экономики и жизни общества ее состояние является менее чем удовлетворительным. По ряду сфер отрасли отмечаются негативные тренды динамики, сигнализирующие о спаде экономической активности в них. Так производство автотранспортных средств в 2023 сократилось на 22% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года. Существенное снижение получили сферы производства автомобильной техники и грузовых вагонов на 8% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.



\*Прогнозное значение на 2024 год.

Рис. 3. Динамика объема инвестиций в машиностроительную отрасль за 2017–2023 гг. в млрд. руб. [12]

Вместе с тем компенсация такого спада в должной мере не может быть нивелирована экономикой без участия государства. Причиной для этого стала активная санкционная политика западных государств, нацеленная на сдерживание развития экономики России.

Анализ динамики показателей развития отрасли показывает, что угрозами являются отставание российского комплекса машиностроения от передовых развитых стран; угроза снижения мощностей производства машиностроительной отрасли; угроза снижения уровня заработной платы работников промышленности; угроза устаревания технологий, снижения инновационной активности предприятий; потеря конкурентоспособности производимой продукции (оказываемых услуг).

Таким образом возникает необходимость в разработке способов и механизмов по снижению уровня угроз в данной сфере. Наиболее значимым способом развития машиностроительной отрасли, с целью снижения угроз и повышению уровня экономической безопасности государства, должна стать диверсификация международных партнеров в рамках развития секторов машиностроения (автомобилестроения, станкостроения, производства компьютеров, строительства летательных аппаратов). Так как лидерами производства в мире являются такие страны как Япония, Великобритания, Франция, США, где доля машиностроения от общего объема промышленного производства составляет порядка 20–25%, а данные страны являются основным источником санкционного давления, необходимо изменить вектор деловых отношений на страны азиатского блока с такими представителями, как Китай, Индия, а также странами из Содружества независимых государств.

Другой мерой обеспечения экономической безопасности машиностроительной отрасли должно стать создание и развитие собственной научно-технической базы, включая научные фундаментальные (теоретические) школы и институты. При этом финансовые ресурсы для создания научной базы должны иметь внутренний источник (за счет средств отечественных предпринимателей, а также государственных фондов). Ярким примером может быть создание специализированных инвестиционных фондов по примеру Фонда прямых инвестиций.

Не менее значимой мерой должна стать активная государственная денежно-кредитная политика Центрального Банка в области регулирования направлений продажи валютной выручки, ограничений на вывод средств за рубеж, изменения ключевой ставки.

**Выводы.** Резюмируя, необходимо отметить, что уже сегодня предпринято ряд шагов в сторону создания суверенности экономики России, в частности в сфере машиностроения. Была разработана Стратегия развития машиностроительной отрасли на период до 2030 г., где прогнозный показатель вклада секторов машиностроения должен достичь 20%, что существенно повысит уровень экономической безопасности. Данная стратегия предполагают формирование программ обновления производственных мощностей, формирование кадрового потенциала, создание условий для разработки инноваций, которые усилят конкурентоспособность и качество продукции российского машиностроения.

#### Список литературы:

1. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года: Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 03.04.2024).
2. Правительство России «Стратегия развития отрасли машиностроения до 2030 года» // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 03.04.2024).
3. Богатырева, А. А. Машиностроительный комплекс России / А. А. Богатырева, Е. А. Новикова, М. М. Рахман // Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты. – 2017. – С. 38-40.

4. Гуреева, М.А. Основы экономики машиностроения: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / М.А. Гуреева. – М.: Издательский центр «Академия», –2017. – 208 с.
5. Глазьев, С. Ю. Геноцид. Россия и новый мировой порядок. Стратегия экономического роста на пороге XXI века / С.Ю. Глазьев. – М., 1997. – С. 164–165.
6. Григорьева, Е. А. Обеспечение экономической безопасности государства в современных условиях / Е.А. Григорьева // Известия СПбГЭУ. – 2018. – № 3(93). – С. 52-58.
7. Зарецкий, А. Д. Промышленные технологии и инновации: [учебник для вузов для бакалавров и магистрантов] / А. Д. Зарецкий, Т. Е. Иванова. – СПб: Питер, 2014. – 480 с.
8. Дженко, К. И. Роль машиностроительного комплекса в обеспечении экономической безопасности России / К. И. Дженко // Актуальные проблемы международных отношений в условиях формирования мультиполярного мира: сборник научных статей 7-й Международной научно практической конференции, Курск, 14 декабря 2018 года / Юго-Западный государственный университет. – Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2018. – С. 71-76.
9. Ломова-Митрофанова, Е. С. Оценка роли машиностроения в обеспечении национальной экономической безопасности / Е. С. Ломова-Митрофанова // Управление социально- экономическим развитием регионов: проблемы пути и их решения: Сборник научных статей 8-ой Международной научно-практической конференции, Курск, 30 июня 2018 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2018. – С. 188-192.
10. Полищук, О. А. Совершенствование инструментария разработки и реализации стратегии развития промышленных предприятий / О. А. Полищук. – Орел: Агентство печати литературы «АПЛИТ», 2020. – 176 с.
11. Скоробогатов, А. С. Анализ проблем экономического развития отечественных предприятий машиностроения в условиях нового миропорядка / А. С. Скоробогатов // Эффективность организации и управления промышленными предприятиями: проблемы и пути решения: материалы IV Международной научно-практической конференции, Воронеж, 15 марта 2023 года / Воронежский государственный технический университет. – Воронеж: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2023. – С. 169–174.
12. Сайт Федеральной службы государственной статистики. – Текст: электронный. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 07.04.2024).

Ланец Е. А., студентка

*Научный руководитель:* Давлианидзе Я. С., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*Kashtanova1407@yandex.ru*

## **ВОЗРАСТНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ И ВОЗМОЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УЛУЧШЕНИЯ СИТУАЦИИ**

**Актуальность.** Важность темы определена тем, что недостаточная финансовая грамотность негативно сказывается не только на личном благосостоянии населения, но и на экономике в целом.



**Анализ последних исследований и публикаций.** Современные исследования в области финансового поведения и финансовой грамотности получили развитие в работах таких ученых, как Н. А. Амосова, Ю. Р. Лобшер, Н. И. Морозко, Л. И. Ниворожкина, О. С. Рудаковой, Б. М. Сабанти и др.

**Цель исследования** заключается в определении возрастной дифференциации финансовой грамотности и возможных направлениях ее повышения.

**Результаты исследований.** Наиболее остро рост финансового мошенничества стал проявляться во время пандемии и после. В 2020 г. мошенники украли у клиентов российских банков на 70% больше, чем в 2019 г. Анализируя статистику последующих годов, можно отметить, что население все еще активно ведется на различные мошеннические схемы. В пандемийные годы особо актуальные схемы были связаны с медицинскими услугами, сейчас же более актуальны схемы с покупкой иностранной валюты и переводами в иностранные активы, а к схемам, не связанным с внешними факторами, можно отнести схемы с фишинговыми сайтами, ссылками, мошенничеством через смс и вирусные приложения.

На фоне роста потерь от мошенничества проблему усугубляет тот факт, что в 2022 г. кредитные организации вернули жертвам банковских мошенников всего 4,4% от украденных средств, или 618,4 млн руб. Это минимальный показатель с 2019 г. Для сравнения: в 2021 г. банки возместили своим клиентам 6,8%, или 920,5 млн руб., в 2020 г. – 11,3%, или 1,1 млрд руб., в 2019 г. – 15%, или 935 млн руб. До 2019 г. ЦБ не публиковал эти данные. Полагаясь на эту статистику, становится ясно, что в большинстве случаев компенсацию получить невозможно и сократить риски для населения можно лишь путем повышения финансовой грамотности [1].

Стоит отметить, что сейчас государство активно занимается повышением финансовой грамотности среди молодого населения за счет введения обязательных уроков финансовой грамотности в школе, проведения олимпиад, создания различных образовательных курсов в интернете, спонсируется написание книг, разработка образовательных игр. В последние годы у большинства крупных банков появились свои образовательные сервисы, где на полностью бесплатной основе можно изучить массу полезной информации, повышающей финансовые знания и умения. Работа активно ведется, и я считаю, что со временем она даст свои плоды для будущих поколений [2]. Но существует проблема с непринятием новых технологий и отказ от новых знаний среди старших поколений 40+ лет. Анализируя статистику по жертвам от финансового мошенничества, можно сделать четкие выводы: чаще всего злоумышленники обманывают людей в возрасте от 30 до 55 лет – на них приходится более 70% всех пострадавших. Средний возраст мужчин составляет 42 года, женщин – 45 лет. Меньше всего воздействию мошенников подвержены люди старше 55 лет (21%) и в возрасте до 29 лет (13%). Это связано с тем, что у данной возрастной категории чаще есть какие-то накопления и ресурсы, на которые покушаются мошенники, а также данная категория населения чаще всего обладает низкой финансовой грамотностью. Проблема низкой финансовой грамотности преследует нас еще со времен Советского Союза. Экономическая ситуация в стране была стабильной и люди были не готовы к переходу в капиталистическую систему. Безграмотность стала ребром уже в первые годы перехода к капиталистической модели, когда люди банально не знали, что такое акции и что с ними нужно делать [3].

Для старшего поколения необходимо не только повысить уровень грамотности, но и внушить необходимость оповещения органов правопорядка о случаях мошенничества. Это общемировая проблема. Анализируя иностранные источники, открывается крайне печальная статистика, чем старше жертвы, тем меньший процент

сообщает о своей ситуации в правоохранительные органы и тем больше средний убыток. Статистика приведена в табл. 1 [4].

Таблица 1

Процент жертв мошенничества, сообщивших о потерях и их средний убыток

Возрастной диапазон	Процент жертв мошенничества, сообщивших о потерях	Средний убыток
19 лет и младше	47%	\$250
с 20 по 29	41%	\$500
от 30 до 39	36%	\$500
с 40 по 49	33%	\$496
от 50 до 59	27%	\$500
от 60 до 69	21%	\$516
с 70 по 79	18%	\$800
80 лет и старше	17%	\$1,500

Решением проблемы низкой финансовой грамотности и отсутствия обращения в правоохранительные органы является работа с населением через телевиденье. Данная возрастная категория большую часть информации получает через телевизор и телевизионные программы в интернете, поэтому наиболее эффективно повысить финансовую грамотность можно за счет социальной рекламы, особую рубрику в новостях или развлекательных программах. Информацию можно делить на малейшие обучающие блоки до 1 минуты, где можно рассказать населению об основных мошеннических схемах, о правилах покупки и оплаты через карты и приложения, правила покупки в интернете и основных правилах пользования рискованными сайтами (чтобы избежать потери данных через фишинговые сайты и вирусные программы). Еще одним возможным вариантом я вижу введение особых правил пользования интернет-банкингом для не продвинутых пользователей. Пример: запрос цели платежа для крупных трат переводом, чтобы банк мог предупредить пользователя о возможности быть жертвой мошенника из-за подозрительной операции. Так же на рисунке 1 показаны возможные варианты улучшения финансовой грамотности возрастного населения.

Для развития уровня финансовой грамотности населения, использование представленного на рис. 1 метода является неотъемлемой необходимостью населения.

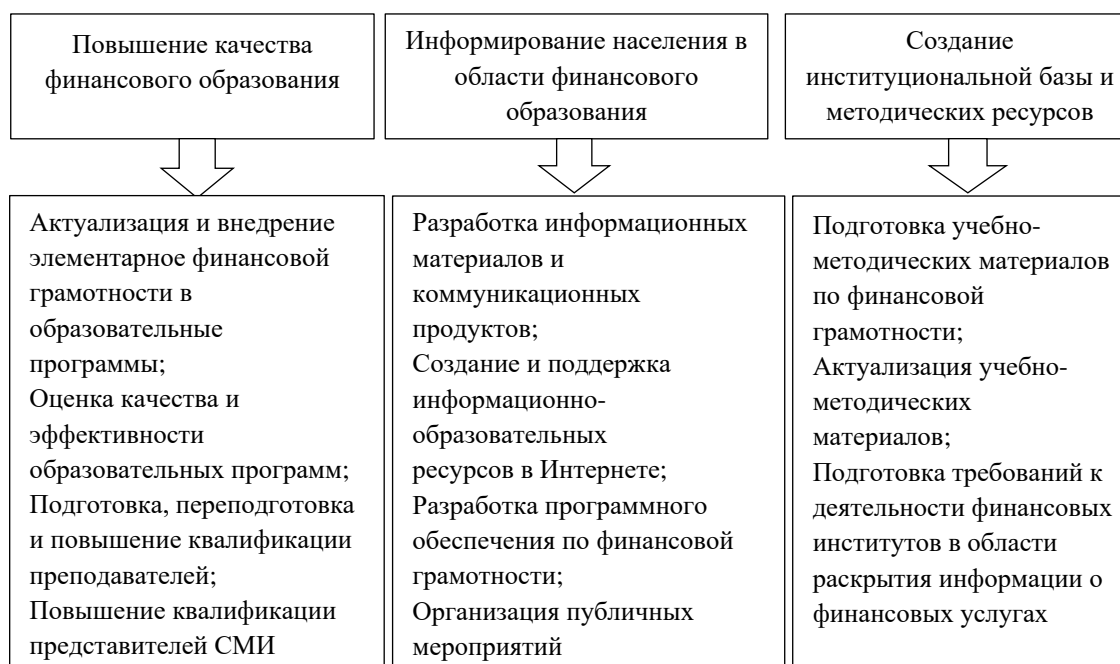


Рис. 1. Основные направления улучшения финансовой грамотности

Этапы этого метода представляют возможность освоить основные принципы финансового образования и повысить его доступность для разных возрастных групп. Важно отметить, что данный метод обладает уникальностью и универсальностью, способствуя эффективному распространению финансовой грамотности среди широкого круга

**Вывод.** Подводя итоги вышесказанного важно отметить, что развивая проекты по повышению финансовой грамотности для всех возрастных категорий возможно не только сокращение случаев мошенничества, но и повышение общего уровня экономической ситуации в стране за счет правильного поведения жителей в кризисных ситуациях.

#### Список литературы:

1. В ВТБ узнали, кто чаще всего становится жертвами мошенников. – Текст: электронный. – URL: <https://banki-ru.turbopages.org/banki.ru/s/news/lenta/?pcgi=id%3D10975423> (дата обращения: 05.04.2023).
2. Изобразили жертву: в 47% случаев кибермошенники обманывают людей старше 50 лет. – Текст: электронный. – URL: <https://iz.ru/1140892/anna-kaledina/izobrazili-zhertvu-v-47-sluchaev-kibermoshenniki-obmanyvaiut-liudei-starshe-50-let> (дата обращения: 05.04.2023).
3. Исследование Тинькофф: мошенничество в российской банковской сфере в 2020 г. – Текст: электронный. – URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/19022021-tinkoff-fraud-research-2020/> (дата обращения: 05.04.2023).
4. Elder Fraud and Financial Abuse Statistics for 2022 – Текст: электронный. – URL: <https://www.fool.com/research/elder-fraud-financial-abuse-statistics/> (дата обращения: 05.04.2023).

Локтионова Ю. А., Максакова К. А., студенты  
*Научный руководитель:* Архипова Л. С., канд. экон. наук, доцент  
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, РФ  
*julya.loctionova@yandex.ru, maksakova.kseniya@yandex.ru*

### ВЛИЯНИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА РЫНОК ТРУДА В ПРИВОЛЖСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

**Актуальность.** В условиях геополитической напряжённости становится важным изучение особенностей демографической ситуации как в стране в целом, так и в федеральных округах, поскольку она оказывает влияние на многие социально-экономические аспекты, в том числе на функционирование рынка труда. В настоящее время Приволжский федеральный округ является одним из наиболее экономически развитых макрорегионов в Российской Федерации, в котором наблюдается ухудшение демографической ситуации. Это отрицательно влияет на экономическое развитие макрорегиона вследствие снижения воспроизводства трудовых ресурсов.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Данный вопрос рассматривают такие учёные, как Т. Г. Римская, Л. В. Лехтянская, Е. В. Шубенкова, В. И. Горшкова, К.В. Шнякин. Авторы по-разному изучают факторы рынка труда и анализируют различные подходы к классификации, однако их мнения сходятся в необходимости выделения особой роли демографического фактора [3]. Отечественные авторы

подчёркивают важность и актуальность изучения демографической ситуации при анализе рынка труда.

**Цель исследования** состоит в выявлении влияния демографических процессов на состояние рынка труда в Приволжском федеральном округе и рассмотреть меры, направленные на решение данной проблемы.

**Результаты исследования.** Приволжский федеральный округ (ПФО) является промышленно развитым макрорегионом с высоким производственным потенциалом. Он занимает второе место в России по объёму промышленного производства после Центрального федерального округа. Численность населения составляет более 20% от общего показателя по России и наблюдается устойчивое снижение численности населения. Так, с 2010 года численность населения в ПФО снизилась на 4% и стала равна в 2022 году 28 776 390 человек [4]. Для рассмотрения рынка труда необходимо проанализировать основные демографические показатели. Отражением демографического кризиса в округе является такой показатель, как коэффициент естественного прироста, который отражает изменения населения за счёт естественных факторов.

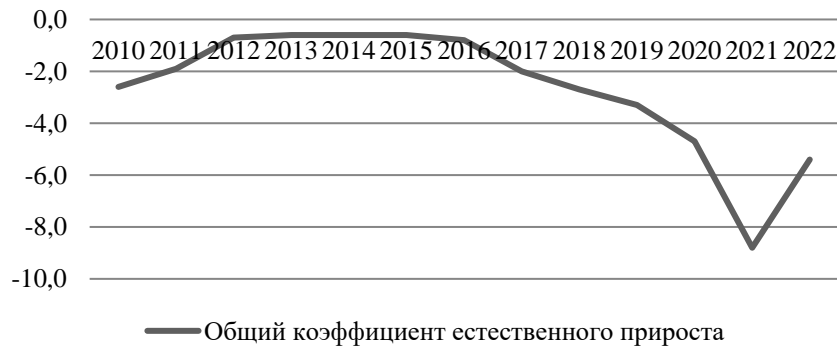


Рис. 1. Общий коэффициент естественного прироста в Приволжском федеральном округе в 2010–2022 гг., промилле [4]

Рисунок 1 демонстрирует, что на протяжении всего анализируемого периода наблюдалась неоднородная динамика и отрицательные значения коэффициента. Резкий скачок вниз наблюдался в 2020 и 2021 гг., что связано, прежде всего, с увеличением смертности от пандемии COVID-19, а не снижением показателя рождаемости. Такой тренд свидетельствует о снижении общей численности населения в стране и превышении смертности над рождаемостью, что, безусловно, оказывает негативное воздействие на рынок труда.

Возрастной состав населения напрямую влияет на рынок труда. За анализируемый период численность населения трудоспособного возраста в процентном соотношении снизилась на 5,3%, в то время как численность населения старше трудоспособного возраста увеличилась на 3,1%, а моложе трудоспособного на 2,2%. Такая ситуация может связана прежде всего с выходом на рынок труда малочисленного поколения, рождённого в 90-е годы XX века. Это свидетельствует об увеличении демографической нагрузки на трудоспособное население, что негативно сказывается на рынке труда и создаёт недостаток рабочей силы.

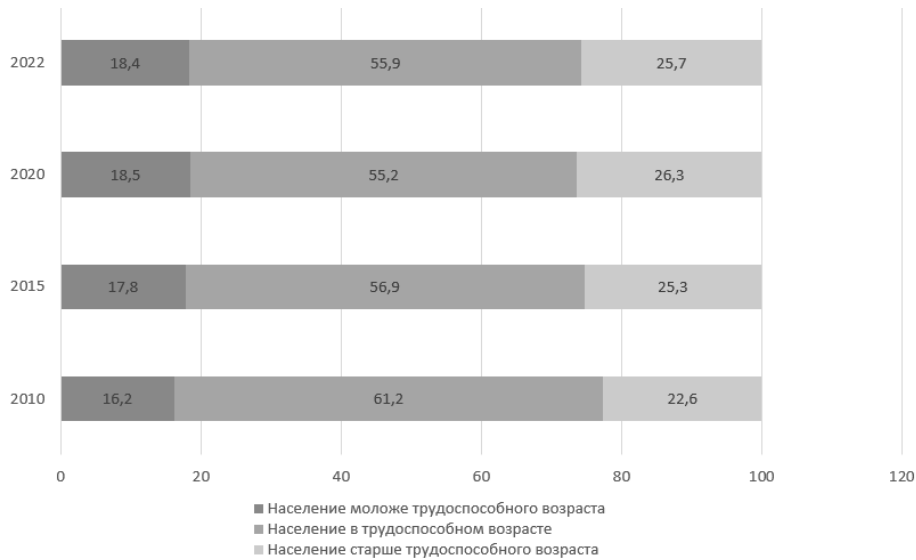


Рис. 2. Возрастной состав населения в Приволжском федеральном округе, 2010–2022 гг., в % от общей численности населения [4]

В связи с этим в ПФО существует проблема снижения количества рабочих кадров, что может повлиять на производительность и общую экономическую безопасность федерального округа, также это приводит к возрастанию демографического напряжения на трудоспособное население.

Для решения данной проблемы государство активно проводит политику, направленную на снижение угроз в демографической сфере. Так, существует Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, основной целью которой является создание условий для увеличения численности населения, повышения рождаемости и снижения смертности путём различных мер, направленных на социально-экономическое развитие [1]. Кроме того, большое значение уделяется национальному проекту «Демография», который направлен на всестороннюю помощь и поддержку населения с целью развития благосостояния населения. Действующая Концепция государственной миграционной политики РФ содействует обеспечению рабочей силы посредством привлечения молодых трудовых мигрантов из-за рубежа. Данная концепция нацелена на обеспечение рынка труда дефицитными кадрами и снижение демографической нагрузки на население [2]. Решение данных проблем является первоочерёдным, поскольку от них зависит состояние демографической ситуации и рынка труда. Предложенные государством меры направлены на решение задач социально-экономического развития, с целью снижения демографической нагрузки на трудоспособное население, что тем самым сможет способствовать увеличению воспроизводства трудовых ресурсов.

Таким образом, демографическая ситуация, развивающаяся в Приволжском федеральном округе, оказывает влияние на рынок труда. В том числе диспропорции в возрастной структуре населения приводят к дефициту рабочих кадров. Такая угроза требует комплексного подхода и учета в государственной демографической политике, направленной на повышение рождаемости населения и привлечение трудоспособного населения из других регионов.

#### Список литературы:

1. Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года: Указ Президента РФ от 09.10.2007 №1351 (ред. от 01.07.2014).

2. О Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019–2025 годы: Указ Президента РФ от 31 октября 2018 г. № 622.

3. Константинова Д. С. Демография как фактор влияния на рынок труда / Д. С. Константинова. – Текст: электронный // Дискуссия. – 2019. – №6. – С. 66–74. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/demografiya-kak-faktor-vliyaniya-na-rynok-truda?ysclid=lu71qr0yp1135583337> (дата обращения: 23.03.2024).

4. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт / Федеральная служба государственной статистики. – 1999–2021. – Электрон. дан. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 23.03.2024).

Маликова А. Ю., студент  
Научный руководитель: Кондрашова Е. А., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[nastena.mal86@gmail.com](mailto:nastena.mal86@gmail.com)

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

**Актуальность.** Особым механизмом в экономике каждого государства, ключевым звеном, связывающим сферу производства со сферой потребления, является сфера торговли. Актуальность данной темы обусловлена местом торговой деятельности в экономике республики. Однако, вследствие сложившейся ситуации, отечественные субъекты хозяйствования потеряли связи со многими странами и регионами мира.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблеме развития торговой деятельности и аспектам его государственного регулирования посвящено много работ зарубежных и отечественных авторов, в частности С.Б. Алексеев, Ю.А. Аванесов, А.И. Евдакимов и др. [1]

**Цель исследования** заключается в анализе состояния сферы торговли, а также выявлении проблем и перспектив развития отрасли в Донецкой Народной Республике.

**Результаты исследования.** Торговля играет важную роль в экономической и политической жизни любой страны. Эта отрасль динамично развивается: открываются новые магазины и торговые сети, улучшается качество предоставляемых услуг, пополняется ассортимент товаров, достигающий в торговых сетях до 50 тыс. ед., из которых 35% – доля товаров отечественного производства и 65% – импортного.

Структура объектов торговли представлена на рис. 1.

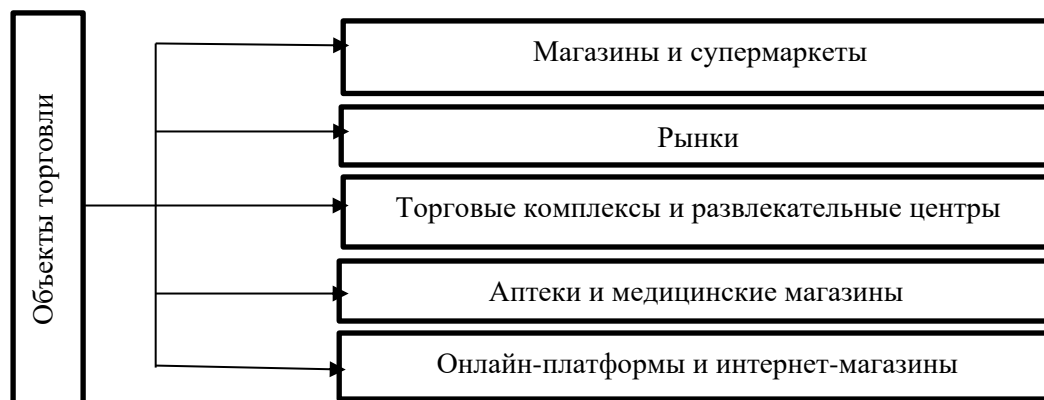


Рис. 1. Основные объекты торговли в Донецкой Народной Республике

В Донецкой Народной Республике сфера торговли столкнулась с рядом проблем из-за военного конфликта и политической нестабильности в регионе. Некоторые из основных проблем в этой сфере включают в себя:

1. Недостаток инвестиций: из-за нестабильности политической ситуации и рисков для бизнеса, инвесторы из других регионов и стран могут избегать вложения средств в торговлю в Донецкую Народную Республику.

2. Недостаточная инфраструктура: разрушения, вызванные военными действиями, могут затруднять нормальное функционирование торговых объектов и логистику поставок.

3. Нелегальная торговля: из-за отсутствия контроля и регулирования, нелегальная торговля может быть распространена, что может привести к уклонению от уплаты налогов и созданию недобросовестной конкуренции.

Эти проблемы могут серьезно затруднять развитие торговли в ДНР и создавать негативные последствия для экономики региона.

Рост оптового товарооборота за 2021 г. в сравнении с 2020 г. составил 3,4 млрд руб. или 5,6%, показатели оптового товарооборота предприятий в 2022 г. также выше показателей 2021 г. на 12,7% [4]. Объем розничного товарооборота предприятий Республики в 2021 г. превышает показатель 2020 г., согласно отчету Министерства промышленности и торговли, на 7,0 млрд руб. или 17,1%. Розничный товарооборот предприятий за 2022 г. составил 60,87 млрд руб., что также превышает, по данным Министерства промышленности и торговли, показатели 2021 г. на 31,2% [4] (табл. 1).

Таблица 1

Объемы розничного и оптового товарооборота предприятий сферы торговли за 2019–2022 гг., млрд руб.

Показатель	2019	2020	2021	2022	Абс. ТП Δ 2021-2020	Отн. ТП Δ 2021-2020	Абс. ТП Δ 2022-2021	Отн. ТП Δ 2022-2021
Объем розничного товарооборота	33,5	40,7	47,9	60,87	+7,0	+17,1%	+12,97	+31,2
Объем оптового товарооборота	53,5	61,0	64,0	71,59	+3,4	+5,6%	+7,58	+12,7

Заметна положительная динамика за 2020 г. и по количеству объектов. Так, по состоянию на 01.01.2021 г. в Республике зарегистрировано 13 366 объектов розничной торговли, 1758 объектов общественного питания и 3453 объекта бытового обслуживания населения, что превышает показатели на 01.01.2020 г. на 453 ед. или 3,5% (рис. 2) [3].



Рис. 2. Количество объектов торговли, общественного питания и бытового обслуживания в Донецкой Народной Республике за 2017-2021 гг.

Развитие сферы торговли в Донецкой Народной Республике может быть стимулировано различными способами. Вот несколько путей, которые могут способствовать развитию торговли в регионе:

1. Разработка инфраструктуры.
2. Поддержка малого и среднего бизнеса.
3. Обучение и повышение квалификации персонала и внедрение современных технологий.
4. Разнообразие товаров и услуг.
5. Сотрудничество с местными производителями.

Перспективными направлениями государственной политики в сфере торговли на 2024 г. определены:

- продолжение реализации мероприятий по обеспечению эффективного и устойчивого развития сферы торговли;
- выполнение комплекса мер по совершенствованию нормативной правовой базы;
- поддержка предпринимательства;
- применение организационных форм взаимодействия государственных органов с представителями бизнеса;
- развитие потребительского рынка товаров и услуг.

**Выводы.** Сфера торговли в Донецкой Народной Республике (ДНР) имеет потенциал для развития, но сталкивается с определенными вызовами. Несмотря на сложности, существуют возможности для улучшения ситуации и стимулирования роста этого сектора экономики. С улучшением условий для предпринимательства, инфраструктуры и образования персонала, сфера торговли в ДНР может стать более конкурентоспособной и привлекательной для покупателей.

В целом, для развития сферы торговли в ДНР необходим комплексный подход, включающий поддержку бизнеса, обновление инфраструктуры, обучение персонала и сотрудничество с местными производителями. Эти меры могут способствовать росту экономики региона и улучшению жизни его жителей.

#### Список литературы:

1. Алексеев, С.Б. Проблемы развития торговли Донецкой Народной Республики / С.Б. Алексеев // Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы IV Международной научной конференции (Донецк, 31 октября 2019 г.). – Том 3: Экономические науки. Часть 1 / под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2019. – С. 5–7.
2. Аванесов, Ю.А. Основы коммерции на рынке товаров и услуг/ Ю.А. Аванесов. – М.: Экономика, 2016. – 616 с.
3. Электронный каталог товаропроизводителей Донецкой Народной Республики. – Текст: электронный. – URL: <http://dnrexport.ru> (дата обращения: 07.04.2024).
4. Об итогах работы внутренней торговли ДНР за 2020 г. – Текст: электронный / Официальный сайт Министерства промышленности и торговли ДНР. – URL: <https://mpt-dnr.ru/news/1630-darjamiroshnik-rasskazala-ob-itogah-raboty> (дата обращения: 07.04.2024).



Мальцев В. А., студент  
Научный руководитель: Дрындак А. А.  
Донецкий государственный университет, РФ  
Slavmall305@mail.ru

## СИСТЕМА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Актуальность.** В условиях глобализации, изменений в экономике и усиленной конкуренции, обеспечение экономической безопасности становится ключевым вопросом для государства и предприятий. Финансовая безопасность играет важную роль в этой системе, однако ее обеспечение все также является актуальной проблемой для финансового менеджмента. Для определения уровня финансовой безопасности применяются различные методы, включая индикаторные, использующие такие показатели, как, например, коэффициент покрытия, автономии, уровень финансового левериджа, рентабельность активов и собственного капитала и другие. Однако, сложность возникает из-за того, что пороговые значения и значимость этих показателей отличаются для разных отраслей и бизнес-моделей. Более того, нефинансовые качественные характеристики также оказывают существенное влияние на уровень финансовой безопасности и требуют учета.

На данный момент отсутствует должная разработка теоретических понятий в области финансовой безопасности, а также неполный теоретический набор инструментов для ее оценки. Это приводит к затруднениям в управлении уровнем финансовой безопасности на предприятии.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Понятие финансовой безопасности Российской Федерации и условия её обеспечения исследуют в своих работах А. А. Бятова [1], А. М. Мугаллимов, Ю. Я. Рахматуллин [2], Г. Н. Бахшалиев [3].

**Цель исследования.** Целью данного исследования является обобщение теоретических представлений о понятии финансовой безопасности предприятия.

**Результаты исследования.** Финансовая система является одним из важнейших элементов экономической системы, т.к. обеспечивает ее непрерывную работу через обмен финансовых ресурсов на трудовые, информационные и материальные. Финансовые инструменты помогают как в погашении обязательств перед кредиторами по договорам, так и в привлечении необходимых финансовых средств для осуществления инвестиционных проектов. Всё это указывает на важность финансовой безопасности как элемента системы экономической безопасности, ключевыми свойствами которого являются устойчивость, целостность и финансовое развитие. Основная цель финансовой системы – обеспечение экономической системы необходимыми финансовыми ресурсами в нужном объеме с учетом минимизации затрат.

В свою очередь Бятова А. А. в своей работе рассматривает финансовую безопасность на уровне государства. Автор определяет угрозы финансовой безопасности РФ (например, криминализация общества и хозяйственной деятельности) и факторы их возникновения, а также предлагает комплекс мер для повышения ее уровня (например, создание законодательной базы, способной понизить уровень коррупции и финансовых преступлений в целом) [1, с. 4].

Авторы Мугаллимов А. М. и Рахматуллин Ю. Я. определяют финансовую безопасность как способность предприятия предотвратить различные риски и минимизировать угрозы, ведущие к понижению эффективности производства и

финансовым потерям впоследствии. Под основной целью финансовой безопасности авторы подразумевают обеспечение долгосрочной и наиболее эффективной работы предприятия с потенциально высоким шансом на дальнейшее развитие. Кроме того, авторы представляют собственную классификацию угроз финансовой безопасности предприятия [2, с. 461].

Бахшалиева Г. Н. в свою очередь определяет финансовую безопасность так же, как и Мугаллимов, и подчеркивает её важность и тесную взаимосвязь с остальными элементами финансовой деятельности экономического субъекта. Также она рассматривает различные подходы к оценке финансовой безопасности и выделяет среди них индикаторный метод. Используя данный метод, рассчитываются различные показатели (например, показатели ликвидности, имущественного состояния и т.д.), затем они сравниваются с нормативными значениями и рассчитывается интегральный показатель [3, с. 85].

Проанализировав все три работы, можно понять, что финансовая безопасность является неотъемлемой частью как для предприятия, так и для государства и даже для отдельной личности, т.к. она помогает избежать рисков, влекущих за собой финансовые издержки. Кроме того, для любого предприятия важно рассчитывать уровень финансовой безопасности для выявления сильных и слабых сторон, предотвращения угроз, повышения различных показателей и в целом для повышения эффективности производства.

В зависимости от подхода, можно выделить разные виды финансовой безопасности. Условная классификация видов финансовой безопасности представлена в таблице 1.

Таблица 1

Условная классификация видов финансовой безопасности

Классификационный признак	Виды финансовой безопасности
По выделенному субъекту финансовых отношений	Финансовая безопасность государства, корпоративных и предпринимательских структур, а также личности.
По уровню национальной финансовой системы	Финансовая безопасность на международном уровне, государственном, на уровне организаций и домашних хозяйств.
Гражданско-правовой признак	Финансовая безопасность юридических и физических лиц.
Отраслевой признак	Финансовая безопасность в сфере государственного управления, в промышленном производстве, в энергетике, в финансовом секторе и в сфере тяжелой металлургии.
По участникам финансового рынка	Финансовая безопасность банков, страховых организаций, рынка ценных бумаг, валютная безопасность и т.д.
По виду базовой деятельности организации	Финансовая безопасность организационной, инвестиционной и финансовой деятельности.
По направлениям государственной финансовой политики	Бюджетная и налоговая безопасности, безопасность в области денежно-кредитного регулирования, финансовая безопасность социальных отношений, государственных инвестиций, а также безопасность в таможенной сфере.
По укрупненному виду совокупного общественного продукта	Финансовая безопасность товара, услуг и работ.

Роль финансовой безопасности в системе жизнедеятельности предприятия обусловлена задачами, которые она выполняет:

1. Обеспечение текущих операций предприятия финансовыми средствами.
2. Своевременное и полное выполнение договорных финансовых обязательств перед контрагентами и поддержание необходимого уровня ликвидности организации.

3. Мобилизация финансовых ресурсов в объеме, необходимом для финансирования расширенного воспроизводства или реализации инвестиционных проектов.

4. Оптимизация структуры капитала, включая увеличение доли собственного капитала и минимизацию издержек по его привлечению.

К сожалению, разработка универсальной системы экономической безопасности не представляется возможной на данный момент из-за того уникальности всех предприятий: у каждого свои особенности функционирования, различные рыночные связи, потенциал и ориентация на определённые секторы рынка. В настоящее время не существует общепринятого определения понятия «финансовой безопасности», в связи с чем отсутствует единство взглядов ученых и практиков на понятие и структуру механизма его обеспечения.

Организационная деятельность предприятия обуславливает необходимость создания структуры, которая осуществляет оценку уровня экономической безопасности и разработку способов и средств нейтрализации угроз, а также ликвидации их последствий. Структурой, обеспечивающей проведение мониторинга экономической безопасности и оперативное реагирование на изменение ситуации, является служба экономической безопасности учреждения.

Выстраивание системы экономической безопасности предприятия должно основываться на использовании современных комплексных информационных технологий и интегрированных систем, применение которых позволит руководителям, сотрудникам отдела кадров и бухгалтерии решать одновременно задачи как эффективного управления учреждением, так и надежного обеспечения его безопасности.

**Выводы.** Таким образом, финансовая безопасность – это способность предприятия обеспечивать финансовую устойчивость и управлять финансовым риском, чтобы не сталкиваться с трудностями и сохранять свою конкурентоспособность. Она анализирует финансовые аспекты деятельности предприятия, такие как ликвидность, рентабельность и платежеспособность, и определяет, насколько хорошо предприятие готово к текущим и будущим вызовам на рынке.

Таким образом, качественное обеспечение финансовой безопасности обеспечит предприятию устойчивость в финансовых аспектах, повысит кредитоспособность, а также поможет в привлечении новых инвесторов и улучшении финансового планирования, и именно сейчас, в условиях изменения рынка, финансовая безопасность предприятия огромную роль.

#### **Список литературы:**

1. Бятова, А.А. Финансовая безопасность Российской Федерации и условия её обеспечения / А. А. Бятова // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. – 2020. – №19. – С. 19-28
2. Мугаллимов, А. М. Финансовая безопасность предприятия / А. М. Мугаллимов, Ю. Я. Рахматуллин // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2022. – № 4(68). – С. 461-466.
3. Бахшалиева, Г. Н. Применение индикаторного подхода при оценке финансовой безопасности экономического субъекта / Г. Н. Бахшалиева // Молодой ученый. – 2022. – № 14 (409). – С. 85-87.

Поплавский С. П., преподаватель  
Военная академия Генерального штаба ВС РФ  
*pops1405@yandex.ru*

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ В МИРЕ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

**Актуальность.** Состояние международной экономической и политической обстановки характеризуется высокой динамичностью, приобретая все более сложный и неустойчивый характер. Основным движущим фактором развития геополитической и геоэкономической ситуации в средней и долгосрочной перспективе является всеобъемлющее противоборство между США и КНР за глобальное лидерство – экономическое и политическое [6].

Очевидно, рассматривая эти два субъекта международных экономических отношений, нельзя не учитывать интересы другого глобального экономического и политического игрока – Российской Федерации, деятельность которой направлена на построение многополярного мира, основывающегося на нормах международного права при ведущей роли международных организаций.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В складывающихся условиях противоборство между державами за глобальное лидерство в мировой экономике смещается в сторону применения политических, дипломатических, идеологических, информационных, экономических, финансовых, инвестиционных санкционных и других мер [10]. Существенным негативным фактором можно также считать разрушение Вашингтоном фундаментальных принципов международных отношений, в частности принципа безусловного соблюдения сторонами ранее подписанных договоренностей [12]. Очевидно, что данная позиция оказывает мощное деструктивное воздействие на всю систему международных экономических отношений и стабильность экономического развития различных регионов мира [2]. В этой связи многие авторы обращаются к исследованию региональной экономической интеграции, усиливающейся в последнее десятилетие [3].

Одним из наиболее эффективных методов сдерживающей политики США в отношении неугодных стран в современных условиях является стратегия под условным названием «способность принуждать», разработанная в 2016 г. Она предусматривает ограничение доступа к глобальным платежным системам, ведение информационной войны через социальные сети и средства массовой информации, проведение наступательных киберопераций, введение эмбарго на импорт и экспорт стратегически важных для неугодных стран товаров и видов сырья, примером чего выступают как Российская Федерация, так и Китай [9]. Американские аналитики полагают, что Россия является наиболее восприимчивой к экономическим санкциям, и таким образом, можно повлиять на ее внешнеторговую товарную и географическую структуру [4], что, однако получилось не в полной мере. При этом конечной целью санкционного давления США на Российскую Федерацию является не подрыв российской экономики, а усиление протестного движения внутри нашей страны и приведение к власти прозападных оппозиционных сил [5].

**Цель исследования** заключается в анализе современной системы международной экономической безопасности и влияние геополитических факторов на эту систему.

**Результаты исследования.** США продолжают оказывать значимое влияние на формирование геополитической обстановки практически во всех регионах мира, используя при этом комплекс мер экономического характера. Однако в последнее время в ходе борьбы за сохранение глобального экономического доминирования США

все чаще сталкиваются с новой геополитической силой – Китайской Народной Республикой. Современный экономический курс Китая нацелен на формирование внутренних и внешних условий, способствующих реализации долгосрочных планов развития страны, главной целью которых является «великое возрождение китайской нации», опирающейся на современные технологические тренды, такие как цифровизация [11]. Экономическая политика страны направлена на создание экономической организации государства, предполагающую защиту экономического, научно-технического, продовольственного, энергетического суверенитета [7; 1], опираясь на мировой, в том числе российский, опыт. Ее основным содержанием является реализация концепции «жизненного пространства и стратегических границ». Размеры данной условной территории определяются способностью страны гарантированно отстаивать в ее пределах свои интересы.

Достижение своих стратегических целей Китай на данном этапе старается осуществить, отдавая приоритет концепции «мягкой силы», предусматривающей усиление экономического, этнического и культурного проникновения в государства и регионы, которые имеют для КНР большое значение с точки зрения национальных интересов. Данный подход проявляется и в продвигаемых Пекином экономических проектах.

Так, в рамках инициативы «Один пояс, один путь» – стоимость проекта оценивается в 1,2 трлн. долларов – Пекин прилагает усилия по объединению сухопутных и морских торговых путей и установлению полного контроля над ними. На этом направлении проводится жесткая политика, направленная на затягивание ряда стран Азии и Африки в экономическую и финансовую зависимость от Китая [8].

Рост экономического потенциала Китая в перспективе позволит Пекину осуществлять более агрессивную политику по отстаиванию своих национальных интересов в мировой экономике и обеспечить комплексную национальную экономическую безопасность. Данная тенденция при стечении ряда обстоятельств может привести к прямому вооруженному противоборству между США и КНР, что напрямую затронет интересы и безопасность целого ряда государств, включая Российскую Федерацию.

**Вывод.** В целом Китай реализует долгосрочную политику, направленную на достижение лидирующих позиций в мире, в первую очередь – в экономической сфере. Практически во всех регионах осуществляется вытеснение американских и европейских компаний с их традиционных рынков.

#### Список литературы:

1. Глинская, М.В. Обеспечение национальной энергетической безопасности как базовое условие повышения эффективности системы международных экономических отношений / М.В. Глинская, И.А. Колдашев, С.Г. Арнетт // Инновационная экономика. – 2023. – № 4 (37). – С. 80-100.
2. Глинская, М.В. Перспективы экономического развития государств Африканского континента и новые технологические возможности / М.В. Глинская, А.Н. Крюков // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. – 2023. – № 4. – С. 48-56.
3. Глинская, М.В. ЕАЭС: развитие в условиях эскалации глобальной нестабильности, экономическая интеграция и роль технологизации / М.В. Глинская, Д.С. Денисов // Сегодня и завтра Российской экономики. – 2023. – № 116. – С. 29-39.
4. Молочкова, М.Ф. Возможности интернационализации малого и среднего бизнеса России в условиях санкционных ограничений / М.Ф. Молочкова // Россия и Азия. – 2019. – № 4 (9). – С.63-69.

5. Поплавский, С.П. Российско-китайские отношения: современное состояние и направления развития / С.П. Поплавский // Государственная служба. – 2014. – № 3 (89). – С. 92-95.
6. Поплавский, С.П. Россия-КНР: современные тенденции политики военно-технического сотрудничества / С.П. Поплавский // Правовая политика и правовая жизнь. – 2013. – № 3. – С. 31-36.
7. Русакович, В.И. Стремительный рост китайской экономики и накопление структурных противоречий: возможно ли восстановление? / В.И. Русакович // Россия и Азия. – 2023. – № 4 (26). – С. 25-40.
8. Русакович, В.И. Участие России в инициативе «Один пояс, один путь»: основные направления, проблемы и перспективы сотрудничества с КНР / В.И. Русакович // Россия и Азия. – 2023. – № 3 (25). – С. 25-40.
9. Хэ, М. Китай: социально-экономическое развитие и внешняя торговля / М. Хэ, Л.В. Шкваря, С. Ван // Азия и Африка сегодня. – 2020. – № 11. – С. 11-16.
10. Шкваря Л.В. Российско-европейские инвестиции: динамика и структура в условиях санкций // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. – 2017. – Т. 25. – № 2. – С. 189-198.
11. Шкваря, Л.В. Цифровая экономика в Китае: современные тенденции / Л.В. Шкваря, Юй Хайлин // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 3 (116). – С. 184-187.
12. Шкваря, Л.В. Особенности современного международного экономического сотрудничества: вопросы теории и практики / Л.В. Шкваря // Инновационная экономика. – 2022. – № 1 (30). – С. 29-48.

Сагайдак М. М., студент

Научный руководитель: Кондрашова Е. А., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
saga1304@mail.ua

## СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ И УГРОЗ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Актуальность.** В числе главных условий обеспечения устойчивого роста компании и формирования положительных результатов ее финансовой деятельности является эффективность системы финансовой безопасности. Ключевой аспект финансовой безопасности предприятия – способность противодействовать финансовым рискам и угрозам. Проблемой остается отсутствие унифицированного подхода к их обнаружению. Потому так важно использовать современные методы, позволяющие эффективно анализировать внешнюю и внутреннюю среду и распознавать возможные опасности.

**Основной материал.** *Угрозы* финансовой безопасности предприятия – это потенциальные опасности или негативные события, способные нанести ущерб финансовым ресурсам и стабильности организации [2].

**Риски** финансовой безопасности предприятия представляют собой вероятность возникновения убытков или нежелательных финансовых последствий в результате воздействия угроз на финансовую деятельность организации.

В структуре рисков и угроз выделяют различные их виды в зависимости от действия факторов внешней и внутренней среды предприятия, а также последствий, которые они могут за собой повлечь (табл. 1).

Таблица 1

Виды рисков и угроз финансовой безопасности предприятия

Угрозы	Риски
<ul style="list-style-type: none"> <li>– угрозу потери ликвидности компании;</li> <li>– угрозу утраты финансовой независимости предприятия;</li> <li>– угрозу снижения эффективности деятельности предприятия, утраты его доходности и способности к развитию;</li> <li>– угрозу старения объектов основных средств за счет нецелевого использования амортизационного фонда;</li> <li>– угрозу использования неэффективной кредитной политики в части дебиторско-кредиторской задолженности;</li> <li>– угрозу неплатежеспособности предприятия;</li> <li>– угрозу сокращения доходности и рыночной стоимости предприятия;</li> <li>– угрозу разрушения стоимости предприятия [3].</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- риски потери покупательной способности денег:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>а) риски обесценивания активов и снижения доходов в результате роста инфляции,</li> <li>б) вероятность финансовых потерь в результате изменения обменного курса;</li> <li>в) риски ликвидности [5];</li> </ul> </li> <li>- инвестиционные риски:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>а) риск снижения доходности,</li> <li>б) риск прямых финансовых потерь;</li> </ul> </li> <li>- селективный риск - напрямую связан с риском упущенной выгоды в случае, когда финансовые активы, из-за альтернативного варианта вложения, могут принести гораздо более высокий доход, по сравнению с текущим вариантом инвестирования [4];</li> <li>- риск банкротства – это опасность полной потери собственного капитала и имущественного комплекса предприятия в результате субъективных и объективных факторов, сопровождающих его деятельность [4].</li> </ul>

Понятия риска и угроз нельзя отождествлять. Кардинальное отличие этих двух категорий заключается в том, что угроза уже существует и ее реализация имеет отрицательные последствия, а возникновение риска зависит от осуществления определенных действий и не всегда предполагает негативный исход.

Именно риски являются источником неопределенности и негативных воздействий на финансовую безопасность предприятия, чем и обусловлена первоочередная необходимость управления финансовыми рисками. Они являются первичными по отношению к угрозам финансовой безопасности.

Для измерения угроз применяется балльная оценка ее уровня. Она определяется исходя из степени потенциального вреда, который может быть причинен конкретной угрозой предприятию. Единица измерения рисков – вероятность – количественная характеристика возможности возникновения определенного события или состояния. Вероятность обычно измеряется в виде доли, десятичной или процентной.

Эти метрики позволяют оценить степень воздействия неблагоприятных событий на организацию (в случае с угрозами) или потенциальные убытки (в случае с рисками).

На сегодняшний день существует огромное количество разнообразных методов выявления угроз финансовой деятельности предприятия и оценки рисков для нее (табл. 2).

Всю совокупность этих методов можно разделить на две группы: методы качественной (1, 7) и количественной (2-6) оценки рисков и угроз. Качественные методы оценки объясняют субъективные аспекты, опираясь на вопросы «как?», «почему?», «когда?», а количественные - базируются на математических моделях.

Несмотря на то, что качественные методы не позволяют получить конкретных числовых значений и предполагают использование субъективных оценок текущего состояния предприятия, что в значительной мере влияет на достоверность результатов анализа; они подходят для создания общей картины состояния финансовой безопасности предприятия, выявления рисков и угроз и разработки дальнейшей

стратегии его функционирования. Кроме того, он может быть осуществлен специалистом любого уровня, что и обуславливает его широкое применение в финансовом управлении.

Таблица 2

Современные методы оценки рисков и угроз предприятия

№	Метод	Сущность
<i>Оценка угроз:</i>		
1	SWOT-анализ	сравнение существующих в организации внутренних сильных и слабых сторон с ее внешними возможностями и угрозами. Указанный метод основывается на следующем утверждении: стратегия деятельности организации строится на соответствии между внутренними возможностями компании и условиями в бизнес-пространстве [1].
2	GAP-анализ	изучение угрозы, которая проявляется в качестве разрыва между значениями, полученными математическими прогнозными методами и фактическими показателями деятельности компании.
3	Оценка угроз на основе показателей, выделенных из классификации	для каждого вида угроз, приведенных в табл. 1 подбирается несколько характеризующих показателей, определив которые экономический субъект должен получить данные о вероятности наступления тех или иных определенных негативных финансовых последствий для организации исходя из пороговых значений этих показателей.
4	Модель Портера	анализируется 5 параметров, которые отвечают за конкурентное преимущество предприятия: конкурентоспособность товара компании и уровень конкуренции на рынке, внутриотраслевая конкуренция (количество игроков и темп роста рынка), возможность появления новых «игроков», угроза потери покупателей (эластичность спроса), угроза со стороны поставщиков (уровень их надежности и ограниченность ресурсами).
<i>Оценка рисков:</i>		
5	Статистический метод	производится анализ финансовой и прочей отчетной документации предприятия с целью выявления в ней определенных закономерностей и оценки вероятности наступления того или иного события, возникновения какого-либо риска.
6	Модель Лиса (риск банкротства)	вероятность банкротства определяется на основе некоего показателя, рассчитанного исходя из показателей ликвидности, рентабельности и финансовой независимости предприятия и утвержденных для них коэффициентов.
7	Галстук-бабочка	описание пути развития опасного события от причин его возникновения до последствий при помощи схемы с указанием барьеров (мер управления или контроля) между источниками риска и опасным событием, а также между опасным событием и его последствиями.

Кроме того, качественный подход является основой для проведения исследований с помощью количественных методов.

Каждый из вышеперечисленных методов имеет свою область применения и является неотъемлемой частью стратегии обеспечения безопасности предприятия.

**Выводы.** Таким образом, можно сделать вывод, что от своевременности выявления рисков и угроз напрямую зависит состояние финансовой устойчивости предприятия. На сегодняшний день существует огромное количество методов выявления угроз и оценки рисков финансовой безопасности предприятия, выбор конкретного из которых зависит от целей исследования и уровня квалификации специалиста, который его проводит.

#### Список литературы:

1. Борисов, Д.Б. SWOT-анализ как основа стратегического планирования компании / Д.Б. Борисов // Аналитик. – 2020. – № 3. – С. 24-32.



2. Ганущак, А. В. Методика выявления рисков и угроз в экономической безопасности в коммерческой организации / А. В. Ганущак // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 10-1(92). – С. 71-76.

3. Измайлова, Э.Т. Риски и угрозы финансовой безопасности предприятия / Э.Т.Измайлова // Академическая публицистика. – 2020. – № 2. – С. 31-37.

4. Круппа, А.Д. Финансовая безопасность предприятия: риски и угрозы / А.Д. Круппа, Д.А. Магазищикова, Е.М. Алябьева // NovaInfo.Ru. – 2020. – С. 32-33.

5. Солодов, А.К. Основы финансового риск-менеджмента: учебник и учебное пособие / А.К. Солодов. – М.: Издание Александра К. Солодова // Технический редактор Солодова Е.А.; корректор Нейц Е.А. // типография «MasterPrint» – 2017. – 286 с.

Селин А. А., студент

Научный руководитель: Стрелина Е. Н., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет», РФ  
*alexander.selin2001@gmail.com*

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Актуальность.** В настоящее время все больше наблюдается рост конкуренции на рынке между различными предприятиями, что в свою очередь требует эффективного и рационального подхода в разработке механизма, способного сохранить конкурентные позиции, а также обеспечить экономическую безопасность предприятия в целом.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Ученые, занимающиеся проблемами экономической безопасности, такие как: Серик Н.И., Бокий В.И., Сытник С.И., Петрович И.М., Фокина Н.П., Глущенко С.В. и другие, отмечают тесную связь экономической безопасности с конкурентоспособностью предприятия.

Ежедневно можно наблюдать рост конкуренции на современном рынке, поэтому у каждого предприятия возникает необходимость наращивать своё конкурентное преимущество за счет совершенствования методов организации экономической деятельности.

**Целью исследования** является определение взаимосвязи конкурентоспособности и уровня экономической безопасности в условиях организации эффективной деятельности предприятия.

**Результаты исследования.** На современном этапе развития экономики, обеспечение устойчивого функционирования предприятия играет ключевую роль в формировании его конкурентоспособности и является актуальным для каждого региона и страны в целом. Вероятность возникновения новых рисков и угроз под воздействием внутренних и внешних факторов присутствует постоянно, что в свою очередь может негативно сказаться на деятельности предприятия, посредством возникновения потерь и предпосылок для его банкротства. Поэтому оценка экономической безопасности является неотъемлемой частью любого предприятия, так как она способствует своевременному выявлению и нейтрализации отрицательно воздействующих факторов, минимизации негативных последствий и сохранению конкурентоспособности организации. При этом необходимо отметить, что экономическая безопасность является необходимым условием обеспечения и поддержания конкурентных позиций на рынке для удержания преимущества над конкурентами в получении инвестиций и других экономических ресурсов.

Экономическая безопасность предприятия подразумевает под собой эффективное использование его экономических ресурсов, благодаря которым происходит регулярное и высококачественное производство продукции, своевременная реализация которой способствует увеличению доходов предприятия над его расходами [1]. Необходимо отметить, что предприятие, которое считается экономически безопасным имеет ряд преимуществ, таких как:

наличие высокого уровня конкурентоспособности, что является благоприятным фактором для привлечения новых инвесторов;

снижение зависимости от изменения рыночной конъюнктуры, следовательно, снижение риска банкротства;

обеспечение стабильной заработной платой своих сотрудников, а также акционеров дивидендами.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой состояние предприятия, в котором оно может адаптироваться под постоянно меняющимися условия внешней среды, при этом сохранив свои конкурентные преимущества и прибыль на прежнем уровне [2]. Таким образом, мы можем сделать вывод, что экономическая безопасность и конкурентоспособность являются взаимосвязанными элементами, ведь именно экономическая безопасность отвечает за сохранение рыночных позиций предприятия. Также отметим, что конкурентоспособность предприятия складывается из следующих элементов:

безопасность предприятия;

эффективная деятельность предприятия;

отсутствие потерь конкурентных преимуществ.

Каждое предприятие в период всего жизненного цикла озадачено проблемой обеспечения экономической безопасности. Для этого ему необходимо поддерживать постоянное устойчивое развитие, регулярно прибегать к профилактическим мерам, связанным с информационной безопасностью, чтобы избежать несанкционированного доступа к ней, а также способствовать борьбе с недобросовестной конкуренцией. Следует отметить, что именно в кризисные периоды необходимо уделять все большее внимание экономической безопасности, так как повышается вероятность возникновения факторов, которые несут в себе риски разрушения производственного процесса, уменьшения кадрового потенциала, замедления научно-технического прогресса, а все это ведет к потере конкурентных позиций.

Кроме того, одним из важнейших компонентов конкурентоспособности являются инновации, так как они играют ключевую роль в формировании инвестиционного потенциала, способствуют привлечению квалифицированных кадров и позволяют приспосабливаться к быстро меняющейся рыночной конъюнктуре.

Рассматривая рынок России, следует отметить, что при организации бизнеса присутствует ряд определенных трудностей, связанных с постоянной жесткой конкуренцией между предприятиями. Проблемы, возникающие при реализации деятельности на предприятии связанные с несовершенством законодательной базы государства, нехваткой квалифицированного персонала, жесткой денежно-кредитной политикой, а также с износом основных производственных фондов, в следствие чего происходит нерациональное использование ресурсов, что приводит к снижению эффективности деятельности предприятия и уменьшению его конкурентоспособности на рынке [3].

Подводя итог, можно отметить, что конкурентоспособность является важнейшим механизмом обеспечения экономической безопасности, а также двигателем прогресса любого предприятия, однако не следует забывать, что она активизирует не только собственный потенциал, но и потенциал предприятия-конкурента и в следствии может

привести к применению жестких мер для завоевания лучших позиций на рынке и поддержанию прибыльности предприятия, для этого необходимо прибегнуть к решению важных стратегически значимых вопросов, напрямую связанных с экономической безопасностью организации, которые могут быть решены с помощью служб безопасности, созданных на каждом предприятии.

#### Список литературы:

1. Абаимова, К.В. Проблемы экономической безопасности предприятия в современных условиях / К. В. Абаимова, Э.Р. Арутюнян // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2015. – №4. – С. 4-8.
2. Кузнецова, Е.И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность / Е. И. Кузнецова. – Юнити-Дана, 2015. – 239 с.
3. Мамаева Л. Н. Роль конкуренции в обеспечении экономической безопасности предприятия / Л. Н. Мамаева, Д. В. Удалов, О. А. Кондратьева. – Текст: электронный // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. – №5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-konkurentsii-v-obespechenii-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya> (дата обращения: 02.04.2024).

Скоморохова А. С., студентка

Научный руководитель: Архипова Л. С., канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», РФ  
[sas2002sas@mail.ru](mailto:sas2002sas@mail.ru)

### АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИНИМАЕМЫХ МЕР ПО СНИЖЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ИНФРАСТРУКТУРНОЙ ИЗОЛЯЦИИ САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ

**Актуальность.** Сахалинская область обладает значительным ресурсным и экономическим потенциалом, однако ее островное положение и недостаточное развитие транспортной инфраструктуры препятствуют полноценной интеграции региона в экономическое пространство страны. В этих условиях критически важной задачей является оценка эффективности реализуемых государством мер по выявлению проблемных аспектов и преодолению изоляции Сахалина.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблема интеграции Сахалинской области в экономические и инфраструктурные процессы материковой части России изучалась учеными на протяжении XX в. и в текущий период. В 2019-м году к.г.н. Крылов П. М. отмечал, что развитая транспортная система является необходимым условием для обеспечения социально-экономического развития острова [1]. В 2022-м году губернатор Сахалинской области высказал позицию, что проблема транспортной доступности в регионе решена, однако уже на 2023-й год ТАСС заявлял, что грузооборот переправы между Сахалином и материком уменьшился на 20%, что свидетельствует о наличии угроз в данное время. Это подтверждается и высказыванием Владимира Путина от 3 апреля 2024-го года о необходимости сооружения моста между островом и материком [5]. Такие факты подтверждают актуальность изучения транспортной интеграции Сахалинской области с материковой частью России.

**Цель исследования** заключается в оценке эффективности текущих мер по снижению изоляции Сахалинской области, что позволит выявить текущие вызовы и угрозы экономической безопасности, стоящие перед регионом и государством.

**Результаты исследования.** Транспортная система Сахалинской области, состоящая из воздушного, морского, железнодорожного, автомобильного и трубопроводного транспорта, имеет ключевое значение в экономическом развитии региона. Она приобретает большую роль при учете островной географии региона, следствием которой становится частичная транспортная изоляция, вызывающая ряд проблем экономического характера – непостоянную доступность территорий, повышенные затраты на перемещение товаров, низкий инновационный и инвестиционный потенциал экономики, так как повышенные транспортные издержки снижают возможности для синергий производственных кластеров Сахалинской области с производствами иных регионов. Указанные факторы затрудняют приток необходимых для развития региона технологий, кадров и капитала, что приводит к технологическому отставанию и снижению конкурентоспособности местной экономики [7].

Как следствие, развитие региональной авиации и модернизация транспортной инфраструктуры являются ключевыми факторами в снижении изоляции Сахалинской области. Так был создан единый дальневосточный перевозчик на базе авиакомпании «Аврора», что, в совокупности с иными мерами по типу увеличения количества субсидируемых маршрутов, обеспечило рост пассажиропотока Сахалинской области, который в 2023 году составил почти 1,3 млн. человек (*аэропорт Южно-Сахалинска*) [3].

Существенные меры принимаются и в секторе морского транспорта – важным шагом должно стать создание крупного логистического хаба на базе порта Корсаков, что укрепит позиции Сахалинской области как транспортного узла на Дальнем Востоке. Реконструкция причального комплекса Холмского порта и обновление флота морских судов на Курильском направлении должны увеличить объемы грузо- и пассажироперевозок, повысить качество транспортного обслуживания, и, в итоге, поспособствовать росту внешнеторговых операций и активизации экономического сотрудничества со странами АТР. Проследить исполнение данных намерений на практике мы можем посредством данных Росстата в таблице 1, характеризующих мощность морских причалов Сахалинской области [4].

Таблица 1

Динамика изменения совокупной мощности причалов Сахалинской области,  
2017-2023, млн. тонн.

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Мощность причалов	37,835	48,778	48,606	49,685	49,692	49,539	51,359
(цепной темп роста)	100,00%	128,92%	99,65%	102,22%	100,01%	99,69%	103,67%

За период 2017-2022 гг. данный показатель вырос на 35,7%, средний темп прироста составил 4,8%, однако наибольший эффект в данный результат внес 2018-ый год, во время которого мощность причалов была одновременно увеличена почти на 28,92%, что, скорее всего, связано с ростом грузооборота в регионе, в том числе с увеличением объемов экспорта нефти, газа и других товаров. Это объяснимая динамика – Сахалинская область активно развивает свой экспортный потенциал, реализуя меры поддержки несырьевого неэнергетического экспорта в таких отраслях, как сельское хозяйство, строительство и рыбная промышленность. Экспортная ориентация экономики Сахалинской области подчеркивается высокой долей экспорта во внешнеторговом обороте региона, составлявшей 84-95% в 2015-2021 гг. [6]. Как

следствие, большинство субъектов экономики заинтересованы в развитии транспорта, в т. ч. грузового, в связи с чем динамика инвестиций в основной капитал в таблице 2 закономерна [2].

Таблица 2

Инвестиции в основной капитал в транспортном секторе в Сахалинской области в сравнении с динамикой ВРП на душу населения региона, 2017-2023, тыс. руб.

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Инвестиции	11 160 731	8 440 821	9 219 744	30 780 648	49 134 512	47 897 809	74 021 302
<i>(цепной темп роста)</i>	100,00%	75,63%	109,23%	333,86%	159,63%	97,48%	154,54%
ВРП на душу населения	1605,1	2517,1	2397,4	2057,1	2647,2	3303,4	3517,4
<i>(цепной темп роста)</i>	100,00%	156,82%	95,25%	85,80%	128,69%	124,79%	106,48%

Данный показатель в Сахалинской области показывает огромный рост – совокупный темп роста с 2017 по 2023 гг. составил 663% или 47,19% среднего темпа прироста. Можно предположить, что значительный вклад в данный показатель внесли программы Сахалинской области и ее взаимодействие с Федеральным центром для получения инвестиций на транспортные проекты – например, в 2019 году регион передал трассу Южно-Сахалинск – Ока в федеральную собственность в целях снижения затрат и ускорения модернизации трассы. В результате, за счет того, что развитая транспортная инфраструктура позволяет реализовывать больше нефтегазовых ресурсов региона, валовой региональный продукт на душу населения в Сахалинской области один из самых высоких в стране – 3 млн 517 тыс. руб. в 2023 году. Такую связь подтверждает и корреляция между инвестициями в транспортный сектор и ВРП на душу населения региона, которое составляет почти 77,96% по формуле Пирсона.

Можно заключить, что деятельность руководства Сахалинской области в данном случае сводится к как можно большему снижению непостоянности транспортных связей, ранее возникающих вследствие недостаточной инфраструктуры, неблагоприятного тихоокеанского климата, усложняющего воздушное и морское сообщение, или устаревшего флота. В случае с Сахалином не раз обсуждалась возможность «присоединить» остров к материковой части посредством моста или туннеля (*строительство которого даже шло в Советском союзе по поручению Сталина И. В., но было свернуто после его смерти*), о желании воплотить которые 3 апреля 2024 года заявил Владимир Путин на встрече с губернатором Сахалинской области [5, 7]. Такой проект позволит увеличить эффект синергии от связи ресурсов Сахалина с производственными центрами Дальневосточного федерального округа посредством прокладки железной дороги на остров. В том числе, определенную долю синергии такой проект мог бы получить в случае продления Северного морского пути до портов Сахалина, что тоже снизит уровень транспортной изоляции региона и повысит уровень его экономической безопасности.

**Выводы.** Таким образом, в Сахалинской области были предприняты значительные меры для снижения экономической и инфраструктурной изоляции региона, такие как создание единого дальневосточного авиаперевозчика, увеличение количества субсидируемых авиамаршрутов, развитие морских портов и модернизация транспортной инфраструктуры. Эти меры привели к росту пассажиропотока, увеличению мощности морских причалов и притоку инвестиций в транспортный сектор. Однако, несмотря на достигнутые успехи, необходимы дальнейших действий для полноценной интеграции Сахалинской области в экономическое пространство страны. В частности, обсуждается возможность строительства моста или туннеля,

соединяющего остров с материком, что позволит увеличить синергию между ресурсами Сахалина и производственными центрами Дальневосточного федерального округа.

#### Список литературы:

1. Транспортная система Сахалинской области: современное состояние и проблемы развития: транспортно-географический аспект / П. М. Крылов. – [б. м.]: Издательские решения, 2019. – 12 с.
2. Инвестиции в основной капитал по видам деятельности // ЕМИСС. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/59084> (дата обращения: 04.04.2024).
3. На Сахалине решили проблему транспортной доступности // КР.RU: [сайт]. – URL: <https://www.kr.ru/daily/27442/4644859/> (дата обращения: 04.04.2024).
4. Перегрузочные комплексы для обслуживания транспортного флота // ЕМИСС. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/35052> (дата обращения: 04.04.2024).
5. Путин заявил о важности строительства моста между Сахалином и материком // РБК: [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/politics/03/04/2024/660d63309a794774e4e8df50> (дата обращения: 04.04.2024).
6. Стратегия по обеспечению благоприятных условий для развития экспортной деятельности в Сахалинской области до 2030 года // ЕМИСС: [сайт]. – URL: [https://export65.ru/wp-content/uploads/2024/02/strategija\\_po\\_obespečeniju\\_blagoprijatnyh\\_uslovij\\_dlja\\_razvitija\\_jeksportnoj-2.pdf](https://export65.ru/wp-content/uploads/2024/02/strategija_po_obespečeniju_blagoprijatnyh_uslovij_dlja_razvitija_jeksportnoj-2.pdf) (дата обращения: 04.04.2024).
7. Удаленные регионы: перспективы инфраструктурной модернизации сомнительны // Insight - Foresight: [сайт]. – URL: <https://www.if24.ru/udalennye-regiony-perspektivy-infrastrukturoj-modernizatsii-somnitelny/> (дата обращения: 04.04.2024).

Титова Е. В., студентка

Научный руководитель: Архипова Л. С., канд. экон. наук, доцент  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, РФ  
*elena\_titova\_25@mail.ru*

### ДЕПОПУЛЯЦИЯ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

**Актуальность.** Современные геополитические условия, санкционное давление, внутренние негативные факторы приводят к формированию комплекса проблем экономической безопасности как для страны в целом, так и для регионов. Влияние данных факторов выражается в сокращении производства и уменьшении рабочих мест, в результате чего стал наблюдаться миграционный отток населения, порождающий проблему неравномерного социально-экономического развития регионов. Как следствие, все больше проявляется сокращение численности населения и низкая рождаемость. Примером данных процессов является Кемеровская область.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Многие российские ученые исследуют причины снижения рождаемости и миграционного оттока в Кемеровской области, в том числе К. С. Киселева, Д. Н. Белянин и Т. Н. Протасов. Они сходятся во мнении, что демографическая ситуация региона нестабильна и характеризуется депопуляцией.

**Цель исследования:** провести анализ основных демографических проблем в Кемеровской области, оказывающих влияние снижение численности населения, приводящей к депопуляции.

**Результаты исследования.** Для анализа демографической ситуации наиболее информативным показателем в любом субъекте Российской Федерации является коэффициент естественного прироста, который отражает разницу между числом родившихся и умерших, то есть естественную разницу в период времени (рис. 1).

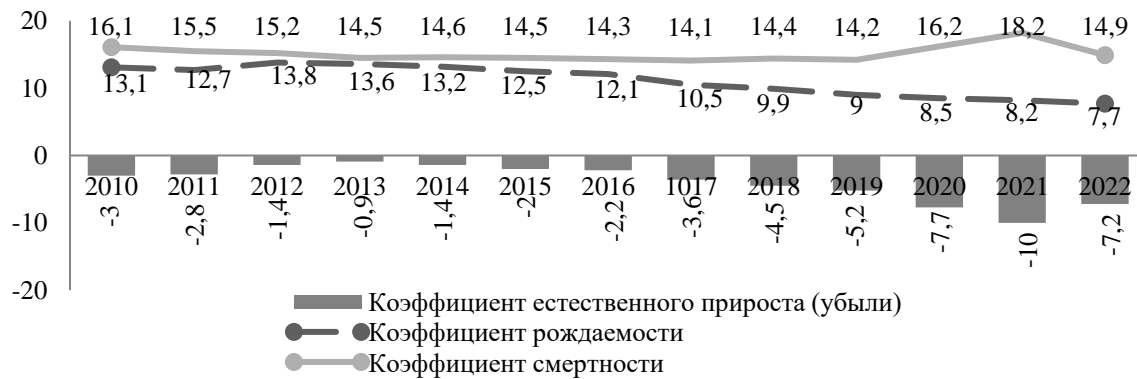


Рис. 1. Естественное движение населения Кемеровской области в 2010-2022 гг., промилле [4]

Во всех анализируемых годах наблюдается естественная убыль населения, темп прироста которой за 12 лет составил 140%. Местные власти объясняют уменьшение рождаемости преобладанием пожилого населения, немногочисленной долей женщин репродуктивного возраста, а также ростом бедности [5]. Также это обусловлено неуверенностью молодого поколения в будущем, поскольку у большинства населения нет средств к удовлетворению базовых потребностей, о чем свидетельствует уровень бедности и безработицы, соответствующих 48 и 60 месту среди субъектов РФ в 2022 году [3]. При этом высокая доля смертности фиксируется среди мужского пола трудоспособного возраста занятого профессиональной деятельностью на крупных промышленных объектах - опасных для здоровья. К числу основных причин смертности власти относят распространение инфекционных заболеваний, в 2020-2021 годах последствия пандемии Covid-19, неблагоприятную экологическую ситуацию, а также снижение качества бесплатной медицинской помощи. Как следствие, в Кемеровской области даже не происходит простого замещения поколения, не говоря уже о его увеличении, что свидетельствует о наличии депопуляции. Проанализируем влияние коэффициента миграционного прироста на демографическую ситуацию.



Рис. 2. Коэффициент миграционного прироста в Кемеровской области в 2010-2022 гг., тыс. чел. [4]

Проблема снижения численности населения Кемеровской области обусловлена увеличением миграционной убыли за 12 лет (в 1,6 раза), значения которой не близки к медианному по Российской Федерации. В основном покидают регион лица трудоспособного возраста, что является угрозой как для экономики (недостаток квалифицированных кадров порождает стагнацию производительности экономики), так и для демографического старения, приводящего к снижению рождаемости и, как следствие, к депопуляции. При этом молодое население уезжает из региона в поисках лучшей работы с перспективным карьерным ростом и большей заработной платы, комфортных жилищных условий и благоприятной экологии, влияющей на здоровье [6]. Особенно важным вопросом депопуляции населения является анализ младенческой смертности.

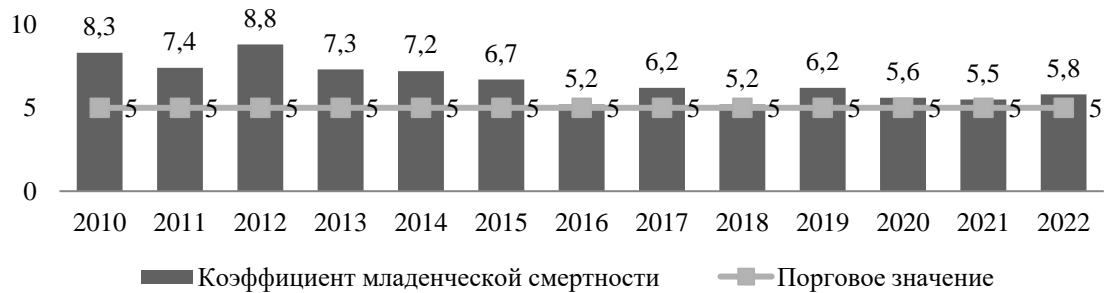


Рис. 3. Коэффициент младенческой смертности в Кемеровской области в 2010-2022 гг., промилле [4]

Коэффициент младенческой смертности превышает пороговое значение, предложенное д.э.н., профессором – Сенчаговым В.К. (не более 5). Наибольшее число зафиксировано в 2012 году, когда на 1000 родившихся пришлось 8,8 смертей детей в возрасте до 1 года, что связывают со смертностью детей, родившихся массой до 1000 грамм. В 2022 году показатель снизился относительно 2010 года на 30,1%, а относительно 2019 года, в период начала пандемии Covid-19, на 6,5%. Тем не менее, коэффициент в Кемеровской области 2022 году превышает значение по Российской Федерации (4,4‰), и выше, чем по Сибирскому федеральному округу (5,0‰). К числу основных причин высокой младенческой смертности относят слабое здоровье женщин, а также неэффективную систему здравоохранения, ввиду недостаточного оказания качественного медицинского обследования во время беременности.

С учетом выделенных показателей выявлены основные тенденции демографической ситуации, порождающие процесс депопуляции. Так, в целях увеличения численности населения в г. Кемерово введена программа повышения рождаемости на 2023–2025 годы [1]. В рамках мероприятий предусматривается прохождение обязательного медицинского обследования несовершеннолетними с целью выявления онкологических заболеваний, предоставление медицинских услуг лицам в возрасте 18-35 лет по выявлению патологий репродуктивной системы, а также проведение семинаров для молодежи, направленных на укрепление роли института семьи. В г. Кемерово принята программа по неонатальному скринингу на 2023–2025 гг., мероприятием которой становится обязательное обследование новорожденных на врожденные заболевания, а также обследование плода женщин во время беременности в целях раннего выявления возможных заболеваний [2].

**Выводы.** Проблема депопуляции Кемеровской области заключается в системной естественной убыли населения, когда смертность превышает рождаемость; в миграционной убыли населения, а также в проявлении младенческой смертности. Для предотвращения таких угроз необходимо совершенствовать региональную политику,



политику сбережения населения, поддерживать молодые семьи и, в особенности, материнство, внедрять в культурное сознание людей приоритеты многодетной семьи.

#### Список литературы:

1. Региональная программа правительства Кемеровской области – Кузбасса от 30 июня 2023 г. № 436 по повышению рождаемости на период 2023-2025 годов.
2. Обеспечение расширенного неонатального скрининга на территории Кемеровской области – Кузбасса на 2023 – 2025 годы: Постановление правительства Кемеровской области – Кузбасса от 9 декабря 2022 г. № 814.
3. Морозова, Е.А. Миграционные настроения молодежи Кемеровской области – Кузбасса / Е. А. Морозова, О. П. Кочнева // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2021. – № 6(3). – С. 326 – 338.
4. Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. – 1999-2022. – Электрон. дан. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 28.03.2024).
5. «Деньги не помогут»: известный регионовед – о том, почему Кузбасс не достигнет высокой рождаемости. – Текст: электронный // Новости Кузбасса – главные новости сегодня. – URL: <https://ngs42.ru/text/health/2023/09/09/72674852/> (дата обращения: 28.03.2024).
6. Рейтинг регионов по доходам населения – 2023. – Текст: электронный // РИА Рейтинг: [сайт]. – URL: <https://riarating.ru/infografika/20230619/630243942.html> (дата обращения: 29.03.2024).

Трошина А. О., студент  
Научный руководитель: Селиванова Ю. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[anuta2002super@mail.ru](mailto:anuta2002super@mail.ru)

### ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВИАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

**Актуальность.** В сложившейся международной обстановке, обусловленной глобальными экономическими вызовами, российская наукоемкая промышленность сталкивается с риском уменьшения сотрудничества с иностранными партнерами. Это создает необходимость анализа последствий для авиационной отрасли России и разработки стратегий для смягчения вреда от санкций и торговых барьеров. Усиление нестабильности на глобальном уровне увеличивает значимость стратегий, направленных на сохранение стабильности и устойчивое развитие на всех уровнях – от местных до международных союзов.

**Степень разработанности проблемы.** Проблема обеспечения экономической безопасности предприятий авиационной отрасли в условиях санкций привлекает повышенное внимание исследователей и аналитиков: Вечканова Г. С., Олейниковой Е. А., Ломовцевой А. В., Абалкина Л. И., Хоффмана С. и др. Между тем, многоаспектность ключевых вызовов и проблем обеспечения экономической безопасности требуют дальнейших исследований в этой сфере, что и предопределило цель работы.

**Цель исследования:** определить характер и масштаб влияния санкций на работу авиапредприятий, выявление ключевых ограничений и их воздействия на экономическую безопасность. Исследование нацелено на определение проблем, вызванных санкциями в авиационной сфере, и разработку мер по поддержанию экономической стабильности отрасли.

**Результаты исследования.** Экономическая безопасность России столкнулась с тяжелыми угрозами, включая международные санкции, которые ставят под риск социально-экономическое развитие страны. Авиационная отрасль особенно уязвима, сталкиваясь со следующим рядом сложных проблем, определяющих ее экономическую безопасность:

1. Высокая зависимость от политических рисков:
  - а) международные напряженности и санкции могут влиять на маршрутную сеть и доступ к воздушному пространству;
  - б) изменения в регулятивной политике могут существенно повлиять на деятельность компаний.
2. Флуктуация цен на топливо: значительные расходы авиакомпаний приходятся на авиационное топливо, цены на которое могут резко меняться, оказывая давление на финансовые показатели.
3. Пандемические угрозы: события пандемии COVID-19 резко сократили пассажиропоток и загрузку рейсов, что повлекло за собой финансовые потери.
4. Технологические риски: необходимость постоянного обновления аэропарка и повышения его эффективности может потребовать значительных финансовых вложений.
5. Нестабильность валютных курсов: авиакомпании часто занимаются приобретением техники и оплатой услуг в иностранной валюте, что подвергает их валютным рискам (рис. 1).



Рис. 1. Проблемы обеспечения экономической безопасности предприятий авиационной отрасли

В 2020-х годах российская авиация столкнулась со следующими санкциями Запада, влияющими на деятельность отрасли. Они задели экономику и логистику авиаотрасли, заставляя компании адаптироваться: оптимизировать управление флотом, искать новые пути и стремиться к независимости в техобслуживании:

1. Экспортные запреты: запрет на продажу авиационного оборудования усложнил техническое обслуживание и модернизацию флота.
2. Ограничения воздушного пространства: запреты на использование воздушного пространства заставили искать альтернативные маршруты, увеличив себестоимость полетов.
3. Исключение из платежных систем: ограничения в международных расчетах затруднили финансовые операции, в том числе покупку топлива.
4. Заморозка активов: санкции могли привести к блокировке заграничных активов авиакомпаний.

5. Отмена шеринговых соглашений: расторжение соглашений с международными партнерами уменьшило продажи билетов.

6. Изъятие самолетов: требования вернуть лизинговые самолеты негативно повлияли на количество доступных для полетов воздушных судов.

Также в России растёт стоимость на авиационное топливо. В 2020 году этот процесс был следствием пандемии коронавируса, а теперь это результат санкций и повышения курса доллара. После первой волны пандемии цена на авиакеросин снизилась с  $\text{R}50\,575$  за тонну (март 2020 года) до  $\text{R}47\,959$  (март 2021 года). К марту 2022 года цена снова значительно выросла до  $\text{R}67\,173$ . По данным Санкт-Петербургской международной товарно-сырьевой биржи (СПбМТСБ), летом 2022 года стоимость авиатоплива поднялась уже до  $\text{R}68\,882$  и обновила исторический максимум. Цены на авиакеросин на Дальнем Востоке в 2022 году достигали  $\text{R}82\,240$  за тонну (Южно-Сахалинск) и  $\text{R}99\,070$  (Оха) (табл. 1).

Таблица 1

Динамика цен на авиационное топливо в России в 2020-2022 гг. (в руб., без НДС)

<i>Период</i>	<i>2020 г.</i>	<i>2021 г.</i>	<i>2022 г.*</i>
Январь	53038	46669	63336
Февраль	52341	47338	65542
Март	50575	47959	67173
Апрель	49551	49747	-
Май	47102	50167	-
Июнь	45995	51108	-
Июль	46165	53077	-
Август	46470	55240	-
Сентябрь	45858	56097	-
Октябрь	46873	57509	-
Ноябрь	46424	60339	-
Декабрь	46681	62890	-

\* С апреля 2022 года публикация цены на авиаГСМ по решению Правительства РФ прекращена

Из-за роста цен на топливо авиакомпании вынуждены увеличивать расходы. Так, затраты «Аэрофлота» на авиационное топливо только за январь—сентябрь 2023 года увеличились по сравнению с аналогичным периодом 2022-го на четверть и составили  $\text{R}155,7$  млрд на фоне роста объемов перевозок. Сократить расходы авиакомпаний на авиакеросин удалось благодаря топливному демпферу — это вид государственной поддержки, в ходе которого правительство компенсирует авиакомпаниям расходы на авиатопливо, если оно резко растет в цене.

В 2023 году цены на авиабилеты сильно не выросли и даже снизились на некоторых маршрутах благодаря распродажам перевозчиков и специальным тарифам от компаний того же «Аэрофлота», сохраняя доступность и увеличивая полеты, особенно в направлении Дальнего Востока. К примеру, в августе 2023 года «Аэрофлот» побил собственный рекорд и запустил из столицы Приморья до 42 еженедельных рейсов в Москву и четыре рейса в Санкт-Петербург. С января по ноябрь 2023 года по «плоским» тарифам по всем направлениям компания перевезла почти 1,9 млн человек, что на 16% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. За 11 месяцев 2023 года по «плоским» тарифам на маршруте Москва — Владивосток удалось перевезти более 418 тыс. человек, это на 21% выше показателя 2022 года. Авиакомпании уменьшают затраты, используя отечественные системы бронирования для снижения себестоимости и продажи дополнительных услуг. Это позволяет предлагать билеты по конкурентоспособным ценам, а пассажирам — настраивать свой полет за счет дополнительных опций, увеличивая прибыль компаний.

В ответ на санкции российская авиация активизировала разработку собственных навигационных систем и предприняла шаги к использованию отечественных авиалайнеров, в частности МС-21, который соответствует международным стандартам и конкурирует с мировыми аналогами, способствуя автономности отрасли (табл. 2).

Таблица 2

SWOT-анализ проекта МС-21

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
Передовые технические решения. Проект реализуется на существующей промышленной площадке.	Высокие производственные затраты. Задержки в поставках. Низкая значимость компании на рынке
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
Растущий спрос на отечественные самолёты в странах СНГ. Федеральная и региональная поддержка. Богатая сырьевая и ресурсная база региона.	Неспособность заменить импортные комплектующие. Снижение доходов потенциальных покупателей.

Из данных SWOT-анализа можно сделать вывод о том, что российский проект самолёта МС-21 имеет сильное преимущество перед конкурентами Airbus и Boeing. Он имеет большие шансы переломить ход событий в отрасли авиастроения, и уже сейчас, на самой начальной стадии запуска проекта, есть покупатели не только внутри страны, но и за рубежом.

Несмотря на санкционное давление, паралича авиаперевозок в России удалось не допустить. Однако угрозы еще не миновали – есть риск накопления проблем с эксплуатацией имеющегося западного авиапарка и задержки поступления отечественных машин ему на смену. Чтобы преодолеть только начавшийся тяжелый период, потребуются продолжение серьезных усилий, изворотливость и капелька удачи.

#### **Список литературы:**

1. Годовой отчёт группы «Аэрофлот»: [сайт]. – 2022. – URL: [https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user\\_upload/files/rus/common\\_info/gosa\\_doc\\_2023/Aeroflot\\_AR\\_2022\\_RUS.pdf](https://ir.aeroflot.ru/fileadmin/user_upload/files/rus/common_info/gosa_doc_2023/Aeroflot_AR_2022_RUS.pdf) (дата обращения: 22.03.2024).
2. Как Аэрофлот переживает санкционное давление и обеспечивает техническое обслуживание самолетов. – 2022. – URL: <https://primamedia.ru/news/1425328/> (дата обращения: 01.04.2024 г.).
3. Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность) / Под редакцией Е. А. Олейникова. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «ИнтелСинтез», 2019. – 288 с.

Ходун Э. В., студент

*Научный руководитель:* Стрелина Е. Н., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*elinakhodun@gmail.com*

### **ФИНАНСОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Актуальность.** В современных условиях финансовая стабильность и защищенность предприятия играет важную роль в его функционировании и развитии.

Это обусловлено тем, что финансовая безопасность отражает все стороны финансовой и производственной деятельности, определяет потенциал предприятия в деловом мире, уровень конкурентоспособности, устойчивость на рынке определяет потенциальные возможности развития. В современном мире финансовым менеджерам предприятия необходимо обладать актуальной, своевременной и точной информацией о финансовом состоянии и финансовой безопасности для определения дальнейших действий на рынке.

**Анализ последних исследований и публикаций.** По данной теме проводили исследования такие учёные как: Еремеева С.С., Тунакова А.А, Полянин А.В. и другие.

**Цель исследования.** Целью исследования является изучение финансового аспекта экономической безопасности предприятия в современных условиях.

**Результаты исследования.** Понятие «финансовая безопасность компании» появилось в литературе не так давно. Это связано с тем, что ранее существовало два взгляда на то, как улучшить финансовую стабильность компании. Некоторые авторы рассматривали финансовую безопасность как элемент экономической безопасности компании, другие авторы считали целесообразным разработать в обществе ряд мер, которые могли бы предотвратить банкротство [1].

Первоначально первые понятия финансовой безопасности содержали только защиту коммерческой тайны предприятия, тогда как в современных условиях оно приобретает более широкое значение, что обусловлено влиянием на его деятельность различных внешних факторов.

В таблице 1 приведены точки зрения различных авторов на сущность понятия «финансовая безопасность».

Таблица 1

Подходы различных авторов к пониманию сущности понятия «финансовая безопасность»	
Автор	Предлагаемая трактовка понятия «финансовая безопасность»
З.А. Крущ, А.В. Татаринская	финансовое состояние предприятия, характеризующееся определенным интервалом критических значений, при которых обеспечивается защита от негативного воздействия опасностей и угроз, гарантирующей хозяйствующему субъекту конкурентоспособность и самодостаточность, а также обеспечение устойчивого функционирования и роста в краткосрочном и долгосрочном периоде [1].
О.Н. Овечкина	способность предприятия обеспечивать устойчивость состояния и поступательность развития в условиях постоянно изменяющейся внутренней и внешней среды, сохранять иммунитет к действию угроз [2].
В.Ю. Биктимиров	определенная степень защищенности деятельности хозяйствующего субъекта от негативного воздействия факторов внешней и внутренней среды, которая обеспечивает своевременное отражение угроз и позволяет ускоренно адаптироваться к сложившимся неблагоприятным условиям [3].
А.С. Бондарева	состояние защищенности финансовой деятельности предприятия от внутренних и внешних угроз, при котором обеспечивается финансовая устойчивость, ликвидность и платежеспособность предприятия, достигается целевой уровень рентабельности его деятельности, повышается финансовый потенциал и возрастает стоимость предприятия [4].
Н.А. Казакова, А.Н. Иванова	состояние финансовой среды предприятия, при котором оно имеет возможность эффективно функционировать в соответствии с целями, определяемыми собственниками бизнеса, оперативно и адекватно реагировать на изменения, происходящие во внешней и внутренней среде, и адаптироваться к ним, не теряя автономности и без снижения результативности [5].

Анализируя представленные подходы, можно сделать вывод, что финансовая безопасность говорит об эффективности использования ресурсов компании и об эффективности построения ее финансовой стратегии, поведения, что позволяет компании быть стабильной.

Оценка уровня финансовой безопасности предприятия должна осуществляться на основе системного подхода, опираясь на комплекс методов (рис. 1).

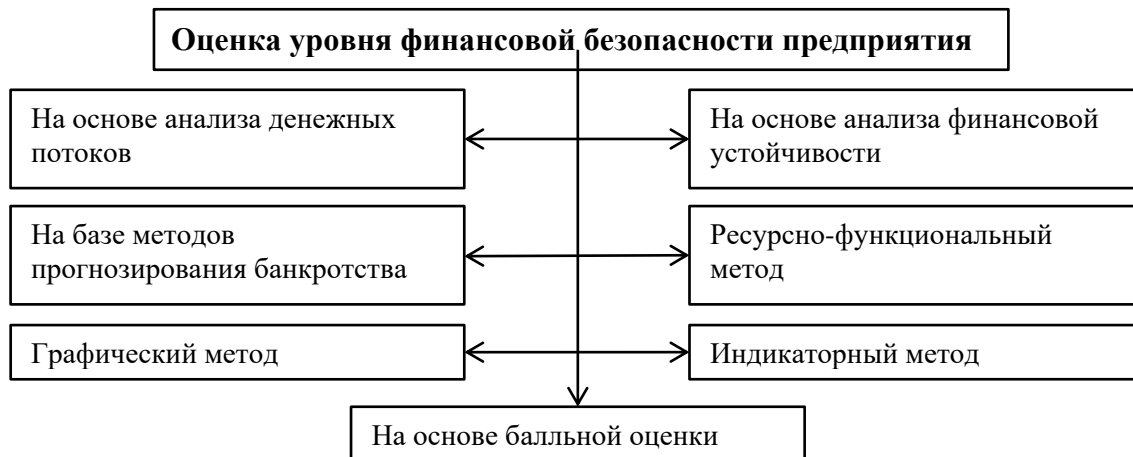


Рис. 1. Методы оценки уровня финансовой безопасности предприятия

Для определения финансового состояния организации проводится **финансовый анализ** – важнейшая процедура в деятельности компании. Его целью является оценка конкурентоспособности, устойчивости, платежеспособности и в целом эффективности хозяйственной деятельности субъекта [6]. Последовательность проведения анализа финансового состояния предприятия предполагает прохождение трех этапов [7]:

1 этап: оценка текущего состояния компании, тенденций его изменения, расчет и динамика показателей и коэффициентов;

2 этап: определение причин и факторов, которые приводят к определенным финансовым ситуациям;

3 этап: разработка дальнейших действий с учетом выявленных особенностей финансового состояния предприятия.

Чтобы охарактеризовать финансовое состояние организации используют показатели, которые можно разделить на основные блоки (рис. 2).

Таким образом, для определения финансовой составляющей экономической безопасности любого предприятия должна являться комплексная оценка и анализ всех его потенциальных возможностей и общий анализ специалистам всего объема информации.

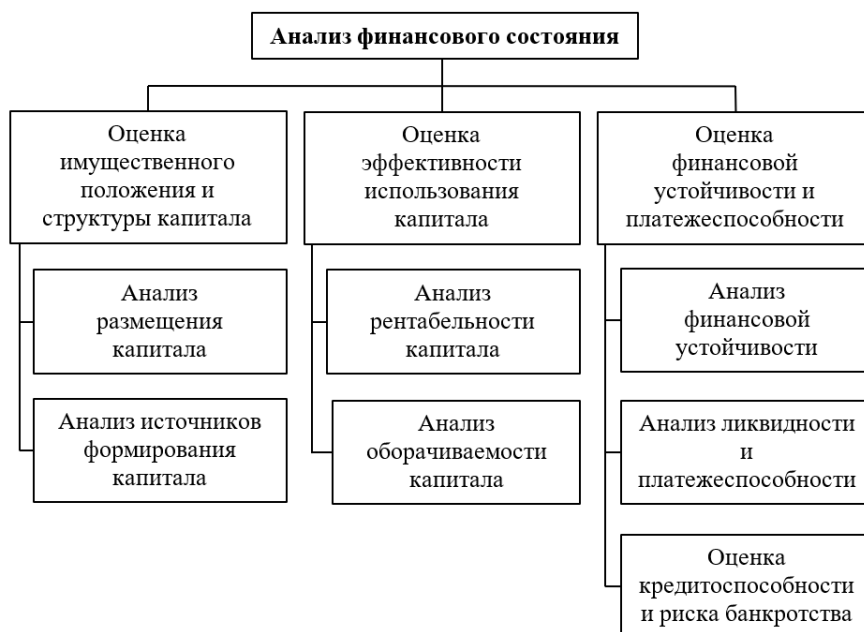


Рис. 2. Основные блоки оценки финансового состояния предприятия [6]

**Выводы.** Анализируя различные точки зрения на сущность финансовой безопасности, можно сделать вывод, что финансовая безопасность является ключевой составляющей экономической безопасности организации и отождествляет финансовую устойчивость. Оценка финансовой составляющей экономической безопасности компании в современных экономических условиях – необходимое условие стабильного осуществления финансово-хозяйственной деятельности. Процесс определения уровня финансовой безопасности позволяет комплексно оценить финансовую деятельность компании и не оставить нерешенными существующие проблемы. Уровень финансовой безопасности предприятия зависит от того, насколько эффективно его руководство и специалисты (менеджеры) способны избегать возможных угроз и ликвидировать вредные последствия отдельных отрицательных составляющих внешней и внутренней среды.

#### Список литературы:

1. Еремеева, С. С. Финансовая безопасность предприятия как основной критерий его экономической безопасности / С.С. Еремеева // Финансы и учетная политика. – 2019. – № 5 (9). – С. 17-21.
2. Овечкина, О. Н. Понятие и методика оценки финансовой безопасности предприятия / О.Н. Овечкина // Вопросы экономики и права. – 2013. – № 57. – С. 87-92.
3. Биктимиров, В. Ю. Финансовая безопасность предприятия / В. Ю. Биктимиров, И. А. Сергеичева // Наука через призму времени. – 2021. – № 4 (49). – С. 4-5.
4. Бондарева, С. А. Диагностика финансовой безопасности экономического субъекта: учебное пособие / С. А. Бондарева; Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС. – Волгоград: Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2021. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см.; ISBN 978-5-7786-0822-1
5. Казакова, Н. А. Финансовая безопасность компании: аналитический аспект / Н.А. Казакова, А.Н. Иванова // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 10(457). – С. 93-105.
6. Тунакова, А. А. Оценка финансового состояния как инструмент обеспечения экономической безопасности предприятия / А.А. Тунакова // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. – 2020. – №3. – С. 1449-1453.
7. Полянин, А. В. Экономика предприятия / А.В. Полянин, О.А. Строева // Орел. – 2015. – 235 с.

Чижиков М. Д., студент

Научный руководитель: Леухина Т. Л., канд. экон. наук  
Поволжский государственный технологический университет, РФ  
[info@volgatech.net](mailto:info@volgatech.net)

### ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ

**Актуальность.** Экономическая безопасность Российской Федерации во многом зависит от инновационных технологий. Её отсутствие может привести к технологическому отставанию, неспособности конкурировать на мировом рынке и к уязвимости страны перед экономическими угрозами извне.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В работах [Глазьев, 2020], [Львов, 2021], [Агеева, 2022] говорится о высокой роли инноваций как фактора обеспечения экономической безопасности. Так для повышения количества инноваций необходимо:

1. Увеличение расходов государства в сферу науки и образования.
2. Улучшение системы управления инновациями.
3. Создание благоприятной среды для возникновения новых технологий.

**Цели работы:**

1. Рассмотреть инновации как способ обеспечения экономической безопасности РФ.
2. Выявить проблемы, присутствующие в Российской Федерации.
3. Найти способы обеспечения инновационного развития.

**Результаты исследования.** РФ находится на одном уровне инновационного развития с такими странами, как Китай, Индия, Бразилия. В Российской Федерации есть такие инновационные проекты как:

МС-21 – новый среднемагистральный пассажирский самолет, разработанный ПАО «Корпорация «Иркут».

«Квантовый центр» – научно-исследовательский центр, созданный для развития квантовых технологий.

«Эра» – система ГЛОНАСС нового поколения, обеспечивающий высокоточную навигацию на всей территории России.

Также на этапе start-up и разработки находятся такие проекты:

Фотонные интегральные микросхемы – уже известно, что представители «Физтех» стоят на пороге важного открытия. Их интегральные фотонные микросхемы позволят заполучить сверхбыстрые компьютеры.

Medical Visual Systems – создает умные операционные. Искусственный интеллект подсказывает команде врачей о необходимых действиях и записывает все параметры и действия в режиме реального времени. Российские кардиоцентры, клиники и перинатальные центры уже закупают оборудование и софт от MVS.

Здоровье.ру – start-up представляет собой цифровую платформу для заботы о здоровье посредством системы ОМС. Пациенты получают 20 программ для контроля за хроническими заболеваниями, их состояние будет контролироваться медицинскими гаджетами. Платформа основана в 2016 году Эриком Бровко и длительное время развивалась за счет собственных средств.

Но в России существуют проблемы:

1. Недостаточный уровень инвестиций в инновации: расходы на науку и образование в РФ значительно ниже, чем в развитых странах. В данный момент на науку и образование в федеральном бюджете на 2024 год предусмотрено 1,5 трлн. руб. (около \$16,7 млрд) расходов что занимает 5% от всего бюджета. А в Китае тратят более 3,3 трлн юаней (около \$458,5 млрд) это 10% от всего бюджета.

2. Низкая связь науки и экономики: инновации редко реализуются в секторах экономики.

3. Высокая эмиграция: из России в больших количествах уезжают тысячи высококвалифицированных специалистов.

Для повышения экономической стабильности страны необходимо:

1. Создать новые продукты, услуги и технологии, что увеличивает ВВП и создаст новые рабочие места.

2. Создать новые инновационные компании способные конкурировать на мировом рынке, что увеличивает экспортный потенциал страны.

3. Разработать и внедрить отечественные инновации позволяющие снизить



зависимость от импортных товаров и технологий.

Государству необходимо принять такие меры как:

1. Увеличить государственные расходы в науку и образование.
2. Усовершенствовать систему налогообложения для компаний занимающимися инновационными технологиями.
3. Повысить престиж научной и инженерной деятельности.

**Выводы.** Экономическая безопасность во многом зависит от инноваций в стране. Государственная поддержка должна быть направлена на улучшение инновационного развития и решение присутствующих проблем. Россия имеет большие перспективы в сфере инноваций. Присутствует множество перспективных start-up проектов, которое можно развивать и продвигать на мировой уровень с целью получения прибыли.

#### Список литературы:

1. Глазьев, С. Ю. Инновационное развитие как фактор обеспечения экономической безопасности России / С.Ю. Глазьев // Экономическая безопасность. – 2020. – № 1. – С. 25-32.
2. Львов, Д. С. Инновации и экономическая безопасность: проблемы и перспективы / Д.С. Львов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2021. – № 4. – С. 114-123.
3. Агеева, О. В. Инновационное развитие как фактор обеспечения экономической безопасности России / О.В. Агеева // Вестник Финансового университета. – 2022. – № 5. – С. 97-104.
4. Новости экономики в России и в мире сегодня на РБК. – Текст: электронный // РБК: [сайт]. – URL: rbc.ru (дата обращения: 07.04.2024).

Шалько В. А., студент

*Научный руководитель:* Архипова Л. С., канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», РФ  
v\_shalko@mail.ru

### ВЛИЯНИЕ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ НА УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

**Актуальность.** Воздействие санкций на уровень жизни населения, как внешнее влияние, и территориальные особенности региона, как внутренний фактор, в комплексе формируют проблему изучения уровня жизни населения как одного из элементов экономической безопасности региона. Актуальность данного исследования обусловлена определением рисков экономической безопасности региона, которые повлияют на совершенствование государственной политики регионального развития.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В рамках работы рассматривается влияние западных санкций, введенных в период с 2018 г. и пика их ввода в 2022 г., на уровень жизни населения в Калининградской области. Научные публикации по данной теме ограничиваются оценкой общего воздействия западных санкций на экономику Российской Федерации. Во-первых, необходимо отметить выступление Президента России Путина В.В. на инвестиционном форуме в 2019 г., где Президентом было отмечено, что западные санкции дали возможность увеличить экономический и технологический суверенитет России [4]. Во-вторых, по мнению профессора Российского университета кооперации Дашкова Л.П. введение

экономических санкций привело к взрывному скачку импортозамещения в сфере торговли, обслуживания и смежных отраслях, где зарубежный бизнес был вынужден покинуть российский рынок [1]. Однако, по мнению доктора наук Пражского Университета экономики и бизнеса Ларсен К. влияние западных санкций на российскую экономику остаётся спорным. С одной стороны, благодаря им увеличились темпы экономики в отдельных регионах, с другой стороны, увеличился разрыв между доходами населения. Таким образом, научные труды подтверждают актуальность исследования влияния западных санкций на уровень жизни населения регионов России.

**Цель исследования** состоит в анализе и диагностике уровня жизни населения Калининградской области за период с 2019 по 2023 годы с дальнейшим определением вызовов и угроз экономической безопасности региона.

**Результаты исследования.** В современных реалиях международные санкции стали неотъемлемой частью глобальной политики. Калининградская область, как геополитический перекресток между Россией и Западом, является самым западным и одним из самых маленьких по площади субъектов Российской Федерации, занимая всего 0,09% общей площади страны. Главная особенность субъекта – статус полуэксклава, регион окружен другими странами, имеет выход к Балтийскому морю. В таблице 1 представлена динамика численности постоянного населения за период с 2019 по 2023 гг.

Таблица 1

Динамика численности постоянного населения Калининградской области,  
2019—2023 гг., человек [3]

	2019	2020	2021	2022	2023	Абс. прирост 2023 к 2019, чел.	Т. пр. 2023 к 2019, %
Численность населения, чел.	1002187	1012512	1018624	1030979	1032343	30156	3,01

Динамика численности населения демонстрирует рост на протяжении всего анализируемого периода, что является противоположным направлением среднероссийской тенденции – в Российской Федерации за прошедший период численность населения сократилась на 0,94%. Важно отметить, что на протяжении всего анализируемого периода в регионе сохраняется тенденция естественной убыли населения, а рост численности населения обусловлен миграционным притоком. Структура мигрантов на протяжении 2019-2023 гг. выглядит следующим образом [3]:

- мигранты из других субъектов Российской Федерации – 50-55%;
- мигранты из стран СНГ – 40-45%;
- мигранты из стран дальнего зарубежья — до 10%.

Сохранение большой доли мигрантов из субъектов Российской Федерации позволяет предположить, что Калининградская область являлась привлекательным субъектом для переезда, что демонстрирует низкий уровень влияния западных санкций на привлекательность региона для жизни.

Далее, чтобы оценить динамику уровня жизни населения в Калининградской области была применена методология, разработанная профессорами Сенчаговым В.К. и Митяковым С.Н., предполагающая использование определённого набора индикаторов, отвечающих за каждую из сфер экономической безопасности региона, для определения рисков и распределения их по зонам степени угроз. В таблице 2 представлена динамика по основным показателям, отражающим уровень жизни населения. Показатели выбраны в соответствии с основными публикациями экспертов экономической безопасности, среди которых Сенчагов В.К., Глазьев С.Ю., Митяков С.Н. и др.

Таблица 2

Динамика индикаторов уровня жизни населения в Калининградской области [3]

Индикаторы	2019	2020	2021	2022	2023	Т. пр. 2023 к 2019, %
Численность населения Калининградской области с денежными доходами ниже границы бедности, %	13,5	13,5	13,4	12,1	12,3	-8,89
Коэффициент фондов	10,6	10,2	10,2	8,4	8,5	-19,81
Уровень безработицы, %	7,15	8,19	7,29	4,68	4,40	-38,47
Среднедушевые денежные доходы населения в сравнении со среднероссийскими, %	81,95	81,74	79,48	76,16	76,33	-5,62
Инфляция, %	102,76	105,14	109,49	112,92	108,16	5,25

В целом, динамика показателей демонстрирует невысокое повышение уровня жизни населения в Калининградской области, однако, наблюдается стабильное сокращение среднедушевых доходов в сравнении со среднероссийскими показателями, что может предполагать снижение привлекательности региона для переезда, однако, миграционная динамика свидетельствует о сохранении привлекательности. Далее для выявления угроз экономической безопасности региона построена лепестковая диаграмма по методу Сенчагова-Митякова (см. рис. 1).

Лепестковая диаграмма позволяет распределить риски по зонам – катастрофический риск (до 25%), критический риск (25-50%), значительный риск (50-75%), умеренный риск (75-100%) и зона стабильности (свыше 100%), – которые были определены учёными [2]. На основании проведённого анализа можно выделить, что все показатели находятся ниже минимальных допустимых значений и формируют ряд угроз экономической безопасности региона:

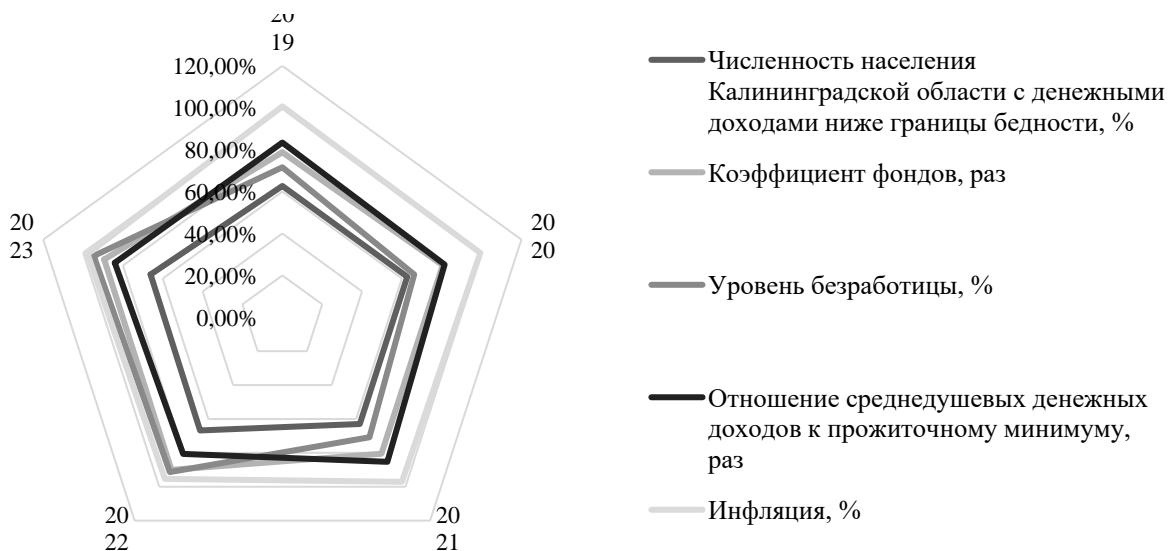


Рис. 1. Лепестковая диаграмма угроз Калининградской области

наибольшую угрозу экономической безопасности региона в период с 2019 г. по 2023 г. представляет показатель численности населения с доходами ниже прожиточного минимума – показатель стабильно находится в зоне значительного риска;

сокращается отношение среднедушевых доходов к прожиточному минимуму (темп прироста в 2023 г. относительно 2019 г. составил -5,62%), что может свидетельствовать о снижении уровня жизни населения, при котором средств будет недостаточно на удовлетворение необходимых нужд;

сохраняются высокие показатели коэффициента фондов и численности населения с доходами ниже прожиточного минимума, что свидетельствует о высокой социальной дифференциации населения региона;

в регионе наблюдается рост инфляции, что снижает покупательную способность населения и снижает общий уровень жизни населения Калининградской области.

**Выводы.** Таким образом, общий анализ динамики уровня жизни населения Калининградской области продемонстрировал, что в текущий период влияние санкций на данный регион оказалось незначительным. Наибольшее влияние санкции оказывают на финансовую систему региона и страны в целом, что сказывается на реальных доходах населения и их покупательной способности. Дальнейшие исследования по выявлению влияния западных санкций позволят разработать оптимальные стратегии развития региона в условиях ограничений.

#### Список литературы:

1. Дашков, Л. П. Выявление влияния COVID-19 и массивованных западных санкций на численность малого и среднего предпринимательства в России / Л. П. Дашков, В. И. Пучков, К. Ю. Колбас. – Текст: электронный // Вестник Российского университета кооперации. – 2022. – № 2(48). – С. 15-20. // ELibrary.ru: [сайт]. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49173813> (дата обращения: 02.04.2024).

2. Сенчагов, В.К. Использование индексного метода для оценки уровня экономической безопасности / В.К. Сенчагов, С.Н. Митяков. – Текст: электронный // Вестник экономической безопасности. – 2011. – №5. – URL: <https://clck.ru/39jWUE> дата обращения: 02.04.2024).

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области. – Текст: электронный. – URL: [https://39.rosstat.gov.ru/Small\\_and\\_medium\\_enterprises](https://39.rosstat.gov.ru/Small_and_medium_enterprises) дата обращения: 02.04.2024).

4. Larsen, K. S. The views of Russian economists on Western sanctions against Russia / K. S. Larsen // Journal of Russian Studies. – 2021. – No. 5. – P. 156-176. – DOI 10.48068/rusad.960483 // ELibrary.ru. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46275091> дата обращения: 02.04.2024).

5. Russia has always had ‘great respect’ for the US, Putin says. – Текст: электронный // CNBC. – URL: <https://www.cnbc.com/2019/11/20/us-sanctions-on-russia-have-helped-russias-economy-putin-says.html> (дата обращения: 02.04.2024).

Шерстобитова Ю. А., студентка  
Научный руководитель: Архипова Л. С., канд. экон. наук, доцент  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, РФ  
missjuli02@list.ru

## О РИСКАХ УРОВНЮ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАК УГРОЗЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

**Актуальность.** Аспекты экономической безопасности включают в себя вопросы уровня жизни населения. Для обеспечения устойчивого и стабильного положения страны государством разрабатывается и реализуется социальная политика, ориентированная на создание условий, способствующих повышению уровня жизни населения. Уровень жизни подвергается мониторингу, что создаёт возможность его оценки и анализа. Предвидение и управление рисками помогает создать устойчивую экономическую систему, способную более эффективно справляться с внешними угрозами и сохранять высокий уровень жизни населения. Анализ рисков позволяет разработать стратегии по их предотвращению или смягчению последствий. Вышесказанное обуславливает актуальность исследования.

**Анализ последних последних исследований и публикаций.** Такие современные ученые как В.Н. Бобков, Е.В. Одинцова и И.Б. Колмакова исследуют риски уровня жизни в своих работах. Большой вклад в области экономической безопасности и оценки уровня жизни внес В.К. Сенчагов. Ученые предлагают собственные пороговые значения для анализа и оценки.

**Цель исследования.** В данной работе будут проанализированы современные подходы к определению пороговых значений двух индикаторов уровня жизни: покупательной способности населения и жилищной обеспеченности. Оценка и анализ будут основаны на показателях покупательной способности денежных доходов населения и распределения населения по жилью.

**Результаты исследования.** Определение пороговых значений уровня жизни требует комплексного подхода, учитывающего экономические, социальные, культурные и другие факторы, что поможет более точно оценить реальные потребности населения и разработать эффективные программы социальной защиты и поддержки. Большой вклад в развитие метода внес ученый-экономист д.э.н., профессор Вячеслав Константинович Сенчагов. В частности, индексный метод позволяет сопоставить фактические значения показателей с их пороговыми значениями и на этой основе определить отклонение от нормы и выявить угрозы экономической безопасности. В этой связи появляется возможность предложения мер, способных нивелировать выявленные угрозы экономической безопасности.

В работах В.К. Сенчагова были определены следующие пороговые значения этих показателей уровня жизни: отношение среднедушевых денежных доходов населения к величине прожиточного минимума- не менее 3,5 раз [5], жилищная обеспеченность – работах В.К. определена через общую площадь жилища, приходящуюся на одного человека- не менее 25 кв. м [5].

Покупательная способность денежных доходов позволяет определить, на каком уровне люди могут удовлетворить свои основные потребности, такие как питание, жилье, одежда, медицинские услуги и др., входящие в потребительскую корзину.

Пороговые значения для этого показателя могут быть определены на основе минимального значения, которое может варьироваться в зависимости от страны, региона и других факторов.

В российском законодательстве и в научных публикациях пороговое значение покупательной способности денежных доходов определяется одним прожиточным минимумом (ПМ). По душевым доходам ниже ПМ определяются масштабы бедности по доходам т.е. уровень жизни, который находится ниже порогового значения экономической безопасности. Результаты мониторинга доходов и уровня жизни за 2022 год, проводимого в ИЭ РАН (рук. проф. В.Н. Бобков) показывают, что масштабы абсолютной монетарной бедности составляли в 2022 году 11,9% [6]. Пороговые значения жилищной обеспеченности определены в работах В.Н. Бобкова, Е.В. Одинцовой и И.Б. Колмакова [5].

В качестве границы низкого уровня жилищной обеспеченности этими авторами был определен следующий стандарт: жилая площадь не менее 6 кв. м. на человека, наличие централизованного электро- водоснабжения, централизованного отопления и централизованной канализации [2]. Согласно оценкам, приведенных в вышеупомянутом Мониторинге, доля населения с жилищем ниже этого порогового значения составляла в 2021 г 35,9% [6] и является очень высокой.

В отличие от порогового значения доходов, пороговое значение жилищной обеспеченности, представляющее угрозу экономической безопасности, в российском законодательстве не определено в должной степени. Так, размер нормы предоставления жилища в Жилищном кодексе РФ (ЖК РФ) не закреплён [1]. Кроме Жилищного кодекса существуют своды правил (СП), которые носят рекомендательный характер. Так, в СП установлена минимально рекомендуемая площадь квартир, исходя из количества комнат в них. Например, однокомнатная квартира должна быть от 28 - 38 кв. м, двухкомнатная - 44 - 53 кв. м, трехкомнатная - 56 - 65 кв. м и т.д. [3].

Для отдельных категорий работников установлены особые нормативно-правовые акты, регламентирующие нормы предоставления жилплощади [1]. Так, согласно ФЗ №283 сотрудникам органов исполнительной власти в качестве нормы предоставления жилья полагается 33 квадратных метра на одного человека, на семью из двух – 42 кв. м и 18 кв. м на семью из трех и более человек [1].

В заключение подчеркнем, что современные подходы к определению пороговых значений покупательной способности денежных доходов по сравнению с опубликованными в работах В.К. Сенчагова значительно различаются. Что касается пороговых значений жилищной обеспеченности, то в законодательстве (ЖК РФ) и в научных разработках они претерпели значительные изменения и требуют корректировки и(или) разработки новой нормативно-правовой базы. Это позволит обеспечить соблюдение стандартов качества жилья. Перспективным направлением является улучшение условий труда со стороны государства для работников бюджетной сферы и их повышение реальных денежных доходов. Также необходимо развитие государственных программ по строительству доступного жилья для малоимущих граждан. Это может включать в себя строительство социального жилья, предоставление субсидий на ипотеку или аренду, а также развитие арендного жилья. Необходимо развитие механизмов финансовой поддержки для молодых семей, позволяющих приобретать первое жилье. Это может быть как субсидирование ипотечных кредитов, так и предоставление льготных условий для покупки жилья. Государству предстоит проделать большую работу по преодолению абсолютной монетарной бедности и достижению пороговых значений стандарта жилищной обеспеченности.

#### **Список литературы:**

1. О социальных гарантиях сотрудникам некоторых федеральных органов исполнительной власти и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 30.12.2012 N 283-ФЗ (ред. от 25.12.2023).

2. Жилищный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон № 188-ФЗ: (с изменениями и дополнениями): [принят Государственной Думой 29 декабря 2004 года]. – Текст: электронный // Гарант: [сайт информ.-правовой компании]. – URL: <https://base.garant.ru/12138291/> (дата обращения: 04.04.2024).

3. «Свод правил. Здания жилые многоквартирные. Актуализированная редакция СНИП 31-01-2003»54.13330.2016 (дата обращения: 04.04.2024).

4. Бобков, В. Н. Социальная структура российского общества по уровню жилищной обеспеченности: критериальная и количественная идентификация, ориентиры для государственной политики / В. Н. Бобков, И. Б. Колмаков, Е. В. Одинцова // Уровень жизни населения регионов России. – 2018. – Том 14. – № 2. – С. 8-23. DOI: <https://doi.org/10.19181/1999-9836-2018-10011> (дата обращения: 04.04.2024).

5. Инновационные преобразования как императив экономической безопасности региона: система индикаторов / В. К. Сенчагов, Ю. М. Максимов, С. Н. Митяков, О. И. Митякова // Инновации. – 2011. – № 5(151). – С. 56-61. – EDN PDUBAF.

6. Мониторинг доходов и уровня жизни населения России – 2022 год: [Ежегодник]. Вып. 1(202) / В. Н. Бобков [и др.]; отв. ред. В. Н. Бобков, А. А. Гулюгина. – М.: ИЭ РАН, 2023. – 166 с.

## Секция «Региональная идентификация в дизайне»

Ведькал Д. В., студентка

Научный руководитель: Медведева Е. Р., канд. пед. наук, доцент  
Донецкий государственный университет» РФ

dianakavedkal@mail.ru

### РАЗРАБОТКА ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ КНИГИ ДЖАННИ РОДАРИ «ПРИКЛЮЧЕНИЯ ЧИПОЛЛИНО»

**Актуальность работы** заключается в необходимости создания новой фирменной разработки дизайна книги «Приключения Чиполлино».

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследования показывают, что книга «Приключения Чиполлино» является популярным произведением и имеет широкое читательское и аудиторское внимание. Поэтому разработка дизайна для этой книги может стать ключевым элементом ее успешного продвижения на рынке и привлечения новых читателей.

Многие зарубежные и отечественные исследователи и дизайнеры (В. Р. Аронов, Д. Баскервилл, Ф. И. Ю. Бертух, Д. Бодони, Т. Л. Де Винн, Ю. Я. Герчук, Э. Гилл, Т. Д. Кобден-Сандерсон, В. В. Лазурский, С. Морисон, У. Моррис, Ж. Омон, И. Ф. Унгер, Я. Чихольд и др.) также обращают внимание на важность сочетания текста и иллюстраций в книге «Приключения Чиполлино». Создание уникального и привлекательного дизайна, который будет подчеркивать особенности и сюжет произведения, поможет увеличить интерес к книге и повысить ее продажи.

**Цель данного исследования** заключается в том, чтобы разработать уникальный дизайн-концепцию для книги «Приключения Чиполлино» известного итальянского писателя Джанни Родари. Дизайн-концепция должна быть оригинальной, привлекательной и соответствующей тематике и настроению книги, чтобы привлечь внимание читателей и подчеркнуть ее художественные качества.

**Результаты исследования.** Для разработки дизайн-концепции книги необходимо учитывать основные темы и мотивы произведения, а также целевую аудиторию – детей и подростков. Дизайн-концепция должна быть яркой, запоминающейся и привлекательной для читателей данной возрастной категории. Основные этапы работы над дизайн-концепцией книги «Приключения Чиполлино» включают в себя:

1. Исследование и анализ произведения. Необходимо изучить сюжетную линию, героев, ключевые моменты и образы, которые можно использовать для создания дизайна книги.

2. Разработка концепции обложки. На основе изученных данных и тем произведения необходимо создать дизайн обложки, который бы отражал суть книги и привлекал внимание читателей.

3. Создание дизайна внутренних страниц. Важно разработать единый стиль для внутренних страниц книги, включая шрифты, цветовую гамму, оформление заголовков и иллюстрации.

Иллюстрации – это графические изображения, которые используются для пояснения и дополнения текста. Они могут быть в виде рисунков, фотографий, схем, диаграмм и других графических элементов. Иллюстрации помогают читателю лучше понять и запомнить информацию, а также делают текст более привлекательным и интересным [3, с. 45].



4. Подбор иллюстратора. Иллюстрации играют важную роль в детской литературе, поэтому важно подобрать качественного иллюстратора, который сможет передать атмосферу произведения и привлечь внимание маленьких читателей.

5. Тестирование. После завершения работы над дизайн-концепцией необходимо провести тестирование среди целевой аудитории – детей и подростков, чтобы оценить их реакцию и учесть возможные корректировки [1, с. 105–114].

**Выводы.** Таким образом, разработка дизайн-концепции книги «Приключения Чиполлино» играет важную роль в создании увлекательной и запоминающейся книги для детей. Хороший дизайн поможет привлечь внимание маленьких читателей и сделать чтение еще более увлекательным, погружая их в удивительный мир приключений луковицы «Чиполлино».

#### Список литературы:

1. Чихольд Ян. Облик книги / Ян Чихольд. – М.: Студии Артемия Лебедева, 2018. – С. 105–114.
2. Герчук Ю. Я. История графики и искусства книги / Ю. Я. Герчук. – М.: РИП-холдинг, 2013. – 65 с.
3. Аронов В. Р. История книжного искусства / [В. Р. Аронов, Ю. Я. Герчук, В. В. Лазурский и др.]. – М.: Книга, 2013. – 45 с.
4. Омон Ж. Книгопечатание как искусство : Типографы и издатели XVIII-XX вв. о секретах своего ремесла : [Пер. с нем., фр., англ., итал.] / [Ж. Омон, Д. Баскервилл, И. Ф. Унгер, Ф. И. Ю. Бертух, Д. Бодони, У. Моррис, Т. Л. Де Винн, Т. Д. Кобден-Сандерсон, С. Морисон, Э. Гилл и др.]. – Москва : Книга, 1987. – С. 283-285.

Гарусина Д. В., студент  
Научный руководитель: Трошкин А. В., канд. пед. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*gdara.yrysina@gmail.com*

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ АЙДЕНТИКИ

**Актуальность.** Айдентика бренда один из наиболее эффективных инструментов в маркетинге, поскольку включает в себя различные аспекты эстетической целостности. Сочетая в себе множество важных элементов корпоративной культуры, он способствует выделению компании на конкурентном рынке.

Понимание теоретических основ при создании фирменного стиля остаётся крайне важным фактором для успешного позиционирования и продвижения бренда в деловой среде.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросами создания айдентики занимались такие зарубежные и отечественные исследователи, как: Д. Аакер, Т. Браун, А. Уолтер, Н. Н. Литвинов, С. А. Старов и многие другие.

**Цель исследования** – изучить и проанализировать теоретические основы в создании уникальной и запоминающейся идентичности, которая помогает бренду выделиться на рынке и эффективно коммуницировать с потребителями через свои ценности, миссию и уникальные черты.

**Результаты исследования.** Создание запоминающегося бренда – это нечто большее, чем простое создание логотипа и цветовой палитры. Успешные бренды уделяют большое количество времени на разработку полноценного фирменного стиля,

который сочетает в себе четкую цель с продуманными визуальными и письменными элементами. Фирменный стиль – это лицо бизнеса. Наряду с укреплением авторитета и доверительных отношений, сильный и последовательный дизайн бренда также должен давать людям представление о том, что олицетворяет собой бренд. Например, используются ли яркие, пастельные цвета для передачи жизнерадостного, игривого тона или строгие линии и минималистичный дизайн, чтобы подчеркнуть изысканный уровень качества?

Фирменный стиль – это совокупность визуальных, вербальных и поведенческих элементов, которые идентифицируют и дифференцируют организацию, продукт или услугу от других. Он включает в себя такие элементы, как логотип, фирменный цвет, шрифт, слоган и общий тон голоса. Фирменный стиль призван создать узнаваемый и запоминающийся образ бренда, который вызывает доверие и лояльность у клиентов. Знание теоретических основ позволяет более профессионально подходить к процессу создания айдентики, учитывая лучшие практики и методы. Это повышает качество и конкурентоспособность результата [1]. Придерживаясь определённых аспектов в проектировании фирменного стиля, мы можем создать сильный и узнаваемый имидж бренда. Полноценный фирменный стиль включает в себя ряд элементов, которые вместе формируют узнаваемый образ компании. Перечислим основные составляющие фирменного стиля: логотип, цвета, шрифты, графические элементы.

Логотип – это графический символ или эмблема, которая представляет компанию. Он должен быть простым, запоминающимся и уникальным. Необходим выбор двух или трех основных цветов, которые будут использоваться во всех элементах фирменного стиля. Эти цвета должны быть гармоничными, яркими и вызывать положительные эмоции у клиентов. Использование определенного шрифта для заголовков, подзаголовков и основного текста. Шрифт должен быть читаемым, четким и соответствовать общей концепции фирменного стиля. Графические элементы – это иконки, паттерны, узоры и другие стилеобразующие изображения, которые используются для оформления печатной продукции, сайтов, презентаций и других материалов. Носителями фирменного стиля являются рекламные материалы (баннеры, плакаты, визитки, буклеты и др.), корпоративная документация (бланки, конверты, письма и др.), сайт компании и пр. Разработка перечисленных носителей в обязательном порядке должна вестись в соответствии с фирменным стилем компании.

*Ценность и миссия.* Миссия даёт ответ на вопрос, для чего компания нужна обществу и что она несёт своим клиентам. Ценности помогают привлекать лучших сотрудников, стимулируют продажи и задают тон взаимодействия с клиентами. Вместе миссия и ценности формируют образ компании. Возможно, что для маленьких компаний не обязательно разрабатывать свою миссию или определять ценности. Часто более важной задачей для них является преодоление конкуренции и удержание позиций на рынке. Однако, когда компания любого размера формулирует свою миссию, она фактически берет на себя обязательство создавать ценность для общества. Это способствует укреплению лояльности потребителей.

*Целевая аудитория.* Целевая аудитория является основой для разработки маркетинговых стратегий и тактик, таких как создание персонализированного контента, выбор подходящих каналов коммуникации, разработка рекламных кампаний. Чёткое определение целевой аудитории помогает сосредоточиться на наиболее перспективных и рентабельных сегментах рынка, улучшить понимание потребностей аудитории и предоставить им релевантное и ценное предложение. Необходимо помнить, что определение целевой аудитории является процессом, который требует постоянного изучения и анализа. Целевые группы могут изменяться со временем,

поэтому важно обновлять исследования, чтобы быть в курсе изменений и успешно приспосабливаться к новым потребностям и требованиям потребительской аудитории.

*Уникальность и дифференциация.* Успешная дифференциация бренда создаёт конкурентное преимущество для продавца продукта. Дифференциация бренда призвана подтолкнуть покупателя предпочесть один бренд всем остальным среди многочисленных конкурентов. Дифференциация бренда необходима для создания уникальных отличительных свойств, которые выделяют продукт одного бренда из других аналогичных продуктов, и использует это различие, чтобы стимулировать выбор потребителя в пользу этого бренда. Ссылки на отличительные характеристики отражаются на упаковке, при продвижении бренда, часто даже в его названии. Процесс дифференциации бренда может потребовать добавления новых функциональных характеристик продукта или может быть таким же простым, как перепроектирование упаковки. Иногда дифференциация не требует каких-либо изменений в продукте, но предполагает создание новой рекламной кампании или других рекламных акций. Уникальность фирменного стиля заключается в создании отличительных графических элементов, цветовых решений и образов, которые выделяют компанию среди конкурентов и делают ее узнаваемой на рынке.

Фирменный стиль должен быть оригинальным и запоминающимся, чтобы потенциальные клиенты могли легко ассоциировать его с предлагаемыми компанией продуктами или услугами. Дифференциация фирменного стиля достигается за счет использования уникальных дизайнерских решений, которые отличают компанию от других участников рынка. Это может быть использование необычных шрифтов, графических элементов или цветовых схем, которые не используются другими компаниями. Также можно использовать оригинальные логотипы и символы, которые будут ассоциироваться с компанией и ее продукцией. Логотип должен быть простым и запоминающимся, чтобы его можно было легко воспроизвести и использовать в разных размерах и контекстах. Он должен хорошо смотреться на визитках, футболках, веб-сайтах и т.д. Должен легко адаптироваться к различным цветам, размерам и контекстам без потери своего основного вида, а также быть гибким и масштабируемым, чтобы его можно было использовать в различных размерах и разрешениях, не теряя при этом качества. Логотип должен отражать и поддерживать ценности и миссию компании или бренда, а также должен выполнять свою основную функцию. В целом, уникальность и дифференциация фирменного стиля помогают компании выделиться среди конкурентов, создать свой имидж и привлечь внимание потребителей.

*Суть бренда.* Суть бренда – это краткое выражение, содержащее основную идею компании. Оно является основой для формирования структуры, разработки новых продуктов, создания рекламных слоганов и передачи ценности бренда потребителю. Понимая суть своего бренда, компания определяет свою цель и направление деятельности. Глубоко поняв основу, возможно построить эффективное взаимодействие и укрепить миссию бренда [3].

*Эмоциональная связь.* Существует множество новаторских подходов к установлению эмоциональной связи с клиентами. Это может быть реклама, эффективный брендинг, качественное взаимодействие с потребителями напрямую, вовлечение клиентов в программы компании и проведение мероприятий для них за счет компании. Эмоциональная связь между клиентами и брендом повышает их лояльность к нему. Это, в свою очередь, увеличивает привлекательность бренда. Данное явление называют лоббированием (рекомендацией) бренда [3]. Эффективность айдентики заключается в том, что она помогает компании выделиться на рынке, создать узнаваемый образ и сделать продукцию более привлекательной для потребителей.

Айдентика также помогает укрепить связь между компанией и клиентами, что может привести к увеличению продаж и росту компании на рынке.

**Выводы.** Айдентика играет важную роль в формировании первого впечатления о бренде и помогает клиентам легко узнавать его среди конкурентов. Кроме того, она объединяет сотрудников компании, создавая чувство принадлежности к единой команде. Чтобы разработать эффективную айдентику, необходимо начать с изучения теории, основных аспектов, которые играют ключевую роль в развитии имиджа бренда. Эти знания предоставляют понятные и устоявшиеся концепции, которые служат ориентиром при разработке айдентики. Они помогают понять основные принципы брендинга и определить направление для создания эффективной и узнаваемой идентичности [5].

#### Список литературы:

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. – М.: Бренд-менеджмент, 2003. – 440 с.
2. Браун, Т. Дизайн-мышление. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-идеи / Т. Браун // пер. с англ. В. Хозинского. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 252 с.
3. Литвинов, Н. Н. Бренд-культура: завоевание расположения клиента / Н. Н. Литвинов // Бренд-менеджмент. – 2007. – №5. – С. 338–343.
4. Уолтер, А. Эмоциональный веб-дизайн / А. Уолтер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 144 с.
5. Старов, С. А. Бренд: понятие, сущность, эволюция / С. А. Старов. – Текст: электронный // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Менеджмент. – 2008. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brend-ponyatie-suschnost-evolyutsiya-1> (дата обращения: 28.03.2024).

Дёмина В. А., студентка

*Научный руководитель:* Медведева Е. Р., канд. пед. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[20vasilisa4@gmail.com](mailto:20vasilisa4@gmail.com)

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТА В ДИЗАЙНЕ

**Актуальность темы.** Цвет – это свойство тел вызывать то или иное зрительное ощущение в соответствии со спектральным составом отражаемого или излучаемого ими света. Иными словами, цвет – это результат отражения света от поверхности предмета и восприятия части светового излучения зрительным аппаратом человека. Именно с его помощью можно создать продукт, который будет иметь определённые характеристики и, в то же время, будет иметь свои отличительные черты, так сказать, будет уникальным в своем роде [4].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросами использования цвета в дизайне занимались такие исследователи, как: Абишева С. И., Борисова Е. А., Волкотруб И. Т., Омеляненко Е. В. и другие.

**Цель исследования** – показать использование цвета в дизайне и его значение.

**Результаты исследования.** Цвет в дизайне.

В арсенале современного дизайнера огромная палитра цветов. Умелое её использование позволяет создавать уникальные дизайнерские проекты.

В дизайне цвет может служить для достижения определённых целей:

1. Узнавание.

Цвет и даже оттенок упаковки вашего товара или услуги чрезвычайно важен: он выделяет ваш бренд среди остальных, способствует формированию доверия и позитивного отношения у потребителя.

Таким образом можно создать визуальную идентичность компании. Например, в сфере банковских услуг у потребителей зелёный цвет ассоциируется с Сбербанком, желтый – с Тинькофф, а красный – с Альфа-Банком. Среди безалкогольных напитков зелёный цвет вызывает ассоциации с Sprite, оранжевый – Fanta, красный – Coca-Cola.

2. Цветовое кодирование – это приём, который используется, когда нужно наглядно показать различие между несколькими единицами информации.

Самым простым наглядным примером цветового кодирования являются географические карты. На них реки, моря и океаны изображены синим цветом, горы – коричневым, леса – зелёным, что даёт возможность быстро отыскать материки среди океана или горные массивы на суше.

Приём цветового кодирования часто используют в дизайне упаковки продуктов питания. Возьмём, к примеру молочную продукцию торговой марки «Добрыня»: для упаковки молока используют синий цвет, для кефира – зелёный, для ряженки – оранжевый. Так покупатель может быстро сориентироваться и выбрать нужный товар на полке магазина.

Конечно, для кодирования товара используют и другие методы, это и само название продукта или его нумерация, однако именно использование цвета для идентификации продукции оказалось простым и эффективным решением. Цветов много, они легко различимы и на большом расстоянии, и в мелком масштабе за доли секунды.

3. Привлечение внимания. Правильно подобранные цвета могут привлечь внимание к создаваемому продукту.

Красный, оранжевый и желтый – это цвета, которые вызывают эмоциональный отклик и привлекают внимание. Они могут быть использованы для создания акцентов и привлечения внимания к ключевым элементам дизайна.

При использовании насыщенного зелёного цвета можно добиться зазывающего эффекта и привлечения внимания. Психологи доказали, что он лучше всех концентрирует внимание.

Контрастные цветовые сочетания помогают привлечь внимание, к примеру, чёрно-жёлтые оттенки можно встретить на заградительных лентах, которые оформляют в таких цветах, чтобы привлечь максимум внимания.

4. Организация иерархии в подаче информации.

Одной из задач дизайнера является создание иерархии, то есть правильное расположение элементов в дизайне, чтобы информация воспринималась без лишних затруднений.

С помощью правильного сочетания цветов или контрастности мы можем привлечь внимание к предмету или информации, которая имеет первоочередное значение.

Насыщенность, оттенок, свет и темнота играют большую роль. Никому не понравится, если картинка будет слишком насыщенной, тёмной или пересвеченной. Придётся напрягать зрение, что сказывается на восприятии в целом.

Для усиления темы можно используют повторение цвета, элементов и узоров. Этот метод больше всего подходит для паттерна. Так как с помощью цвета мы можем передать настроение фирмы.

5. Ассоциации.

Цвет воспринимается человеком не только зрительно, но воздействует на него на психологическом уровне. Каждый цвет вызывает у человека определённые эмоции, чувства и ассоциации.

**Красный.** Этот цвет связан со страстью, силой и агрессией. Он символизирует как хорошие, так и плохие чувства, включая любовь, уверенность, страсть и гнев. Используется для привлечения внимания. Яркий, и динамичный, его используют, когда нужно подчеркнуть силу, властность, энергичность, быстрый ритм жизни. Красным цветом выделяют основные акценты в визуальном контенте.

Однако необходимо учитывать, что в большом количестве цвет может вызывать раздражение и даже агрессию.

**Оранжевый.** Энергичный и тёплый цвет, дающий волнующее чувство, возбуждение.

**Жёлтый.** Цвет счастья. Символизирует солнечный свет, радость и тепло. Тем не менее, его стоит осторожно применять в сочетании с чёрным – такая комбинация есть в знаках, предупреждающих о биологической или радиационной опасности, и может вызывать подсознательный страх.

**Зеленый.** Цвет природы. Приносит спокойствие и чувство обновления. Также может указывать на неопытность. Подчёркивает натуральность и экологичность создаваемого продукта, близость к природе, приверженность к заботе об окружающей среде. Часто используется в сферах медицины и косметологии [1].

**Синий.** Часто представлен в корпоративных образах. Обычно передаёт спокойствие, но как холодный цвет также ассоциируется с отстранённостью и грустью.

**Фиолетовый.** Давно соотносится с царственностью и богатством, так как многие короли носили фиолетовую одежду. Это также цвет загадочности и магии.

**Чёрный.** У этого цвета огромное количество значений. Он ассоциируется с трагедией и смертью, указывает на загадочность, может быть традиционным или современным – всё зависит от того, как его применить и какие цвета идут вместе с ним.

**Белый.** Этот цвет может означать как чистоту и невинность, так и завершённость и ясность. Часто используется в минималистичных дизайнах или тогда, когда нужно связать вместе несколько разных ярких цветов. Классическое сочетание белого с чёрным – стильное, элегантное, лаконичное. Его нередко используют дорогие бренды.

При использовании цвета в дизайне продукта необходимо учитывать, национальные и культурные традиции местности, на которой он будет распространяться [1].

У разных народов один и тот же цвет может ассоциироваться по-разному. Так белый цвет в западных странах ассоциируется с чистотой, невинностью и миром. В контексте восточной культуры, особенно в Индии и Китае, белый цвет традиционно связан со смертью и трауром. Фиолетовый в западных странах часто ассоциируется с роскошью, властью и духовностью. В Таиланде фиолетовый считается цветом вдовствования и часто используется в одежде вдов.

**Выводы.** Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что цвет является важным источником информации. Мы составляем мнение о предмете в первые 90 секунд взаимодействия.

При этом большинство наших впечатлений основаны на восприятии цветов. Именно это свойство умело и используют дизайнеры в своих работах, чтобы привлечь внимание потребителя как на эмоциональном, так и подсознательном уровне.

#### Список литературы:

1. Абишева, С.И. Цветоведение: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / С.И. Абишева. – Павлодар, 2009. – 116 с., цв. ил. – URL: [https://nashaucheba.ru/v8056/абишева\\_с.и.\\_цветоведение](https://nashaucheba.ru/v8056/абишева_с.и._цветоведение) (дата обращения: 04.04.2024).

2. Борисова, Е. А. Русский модерн: Архитектура. Живопись. Графика / Е. А. Борисова, Г. Ю. Стернин; Худож. фотосъемка И. Пальмина при участии Н. Алексеева и Э. Стейнерта. – М.: Галарт: АСТ, 1998. – 359 с.

3. Волкотруб, И. Т. Основы художественного конструирования: Учебник для худож. учеб. заведений. – 2 изд., перераб. и доп. / И. Т. Волкотруб. – К.: Выща шк. Головное изд-во, 1988. – 191 с.

4. Омеляненко, Е.В. Цвет и колористика: учеб. пособие / Е.В. Омеляненко. – Ростов н/Д : Изд – во ЮФУ, 2010. – 184 с. ISBN 978 – 5 9275 – 0747 – 4.

Кочмарская А. В., студентка  
Научный руководитель: Щербак Н. Г.  
Донецкий государственный университет, РФ  
a.kochmarskaya@mail.ru

## ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ИНТЕГРАЦИИ ПЕРФОРМАТИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В ДИЗАЙНЕ ВЫСТАВОК

**Актуальность.** Выставочное искусство является одним из наиболее популярных и востребованных видов творческой и коммерческой деятельности в современном мире. Оно представляет собой уникальную форму взаимодействия с аудиторией, позволяющую передавать идеи, концепции и эмоции через тщательно продуманное оформление выставочных пространств. В последние несколько лет развитие технологий значительно повлияло на возможности организации удивительных выставочных проектов. Использование современных мультимедийных решений, интерактивных инсталляций и инновационных материалов открывает новые горизонты для создания захватывающих и запоминающихся выставочных экспозиций [1].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросами организации, оформления и дизайна выставок занимались следующие зарубежные и отечественные исследователи: Бугаенко Т. Ф., Гомбрих Э., Мюллер-Брокманн Й., Смирнова Т. А. и другие.

**Целью** является исследование и представление новаторских методов и технологий, которые могут быть использованы для создания интерактивных и привлекательных выставочных пространств.

Основная задача – анализ актуальных тенденций и лучших практик в области дизайна выставок с использованием перформативных элементов, а также определение их потенциала для повышения эффективности коммуникации с посетителями и создания запоминающегося опыта.

**Результаты исследования.** Выставочное искусство представляет собой уникальную форму творческого самовыражения, где концепция играет ключевую роль. Концептуальный подход к созданию выставочных проектов предполагает, что идея, замысел и философское осмысление лежат в основе всего произведения. Художник или куратор стремится передать определенный посыл, смысл или концепцию через тщательно продуманную организацию выставочного пространства, подбор экспонатов, использование различных медиа и интерактивных элементов. Классические выставки, как правило, следуют традиционным подходам к организации экспозиционного пространства и представлению экспонатов. Однако в современном выставочном искусстве все чаще наблюдается тенденция к новаторству и эксцентричности. Кураторы и художники стремятся выйти за рамки привычных форматов,

экспериментируя с нестандартными концепциями, интерактивными инсталляциями и перформативными элементами. Такие выставки часто провокационны и эпатажны, бросая вызов устоявшимся представлениям о том, как должна выглядеть экспозиция. Они призваны не просто демонстрировать произведения искусства, но и вовлекать зрителя в активный диалог, заставляя его переосмыслить свое восприятие и взаимодействие с выставочным пространством [3].

Несмотря на то, что такой подход ближе современному искусству, в истории существуют примеры видоизменения классического искусства, которые проходили под введением эксцентричных новшеств со стороны его представителя. В качестве примера можно рассмотреть В. Маяковского – человека, который занимался многими видами творческой деятельности, был носителем идеи тотальных перемен и нового видения важного [1].

Владимир Маяковский стал одним из пионеров в использовании театрализованного эпатажа и перформативных элементов в своем творчестве. Его стремление к новаторству и эксцентричности проявлялось не только в литературных произведениях, но и в публичных выступлениях, где он часто прибегал к провокационным жестам и действиям. В. Маяковский был известен своими яркими и эмоциональными чтениями стихов, которые больше напоминали театральные представления. Он использовал громкий голос, резкие движения и необычные костюмы, чтобы привлечь внимание аудитории и усилить воздействие своих произведений. Одним из ярких примеров его театрализованных экспериментов стало выступление в 1913 году на вечере «Бродячая собака», где он появился в желтой кофте и читал стихи, стоя на стуле. В. Маяковский был предвестником увлечения перформансом в современном искусстве, где границы между различными формами творчества становятся все более размытыми. В. Маяковский стремился к тому, чтобы его пьесы были не просто произведениями для чтения, но и полноценными постановками, полными динамики, живого действия и эмоционального напряжения. Он проводил ряд театральных экспериментов, внедряя в свои произведения элементы массового спектакля и агитационной драмы. Его новаторский подход к представлению поэзии и использование элементов театра и перформанса оказали значительное влияние на развитие авангардного искусства того времени.

В современном выставочном дизайне интеграция перформативных элементов становится все более актуальной тенденцией. Инновационные подходы к созданию интерактивных и вовлекающих выставочных пространств позволяют посетителям не просто наблюдать за экспозицией, но и активно участвовать в ней, погружаясь в атмосферу и становясь частью художественного процесса. Выставки остаются важным средством для обмена знаниями, культурным диалогом и продвижения инноваций в различных областях жизни. Они играют ключевую роль в формировании общественного мнения, развитии туризма и культурных отношений [4].

Развитие технологий оказало колоссальное влияние на расширение спектра возможностей в творческих областях, в том числе в выставочном искусстве. Современные выставочные проекты активно внедряют инновационные решения – настоящее время существует широкий спектр возможностей для интеграции перформативных элементов в дизайне выставок:

1. Создание интерактивных зон: это включает в себя разработку специальных зон, где посетители могут активно взаимодействовать с экспонатами или предметами выставки. Это может быть выполнено через сенсорные экраны, мультимедийные установки, игровые элементы и другие технологии.

2. Использование виртуальной и дополненной реальности: технологии VR и AR предоставляют возможность создания уникальных и впечатляющих визуальных



эффектов, расширяющих возможности восприятия посетителей. Они могут использоваться для создания виртуальных туров по выставке, визуализации абстрактных понятий или исторических моментов, а также для добавления интерактивных элементов к экспонатам.

3. Использование мультимедийных установок: это включает в себя использование различных мультимедийных технологий, таких как проекции, звуковые эффекты, световые инсталляции и прочее, для создания эмоциональной и впечатляющей атмосферы на выставке.

4. Развитие технологий мобильности: с развитием мобильных устройств и приложений посетители могут получать доступ к дополнительной информации, интерактивным картам, аудиогидам и другим контентам, улучшающим их опыт посещения выставки.

5. Технологии 3D-печати и моделирования дают возможность воплощать самые смелые идеи в материальной форме, создавая уникальные арт-объекты и инсталляции [4].

Эти возможности позволяют создавать уникальные и запоминающиеся выставочные пространства, способствующие повышению интереса и участия зрителя. Инновационные подходы к интеграции перформативных элементов в дизайне выставок помогут в рекламе, предоставляя возможность создать уникальный и привлекательный опыт для потенциальных посетителей.

Использование технологий виртуальной и дополненной реальности, а также интерактивных инсталляций способствует более глубокому вовлечению зрителей в выставочный процесс. Погружаясь в виртуальные миры или взаимодействуя с экспозицией через сенсорные элементы, посетители перестают быть пассивными наблюдателями и становятся активными участниками. Это повышает их эмоциональную вовлеченность и способствует более глубокому пониманию и запоминанию представленной информации. Современные выставочные проекты часто апеллируют не только к зрительному, но и к другим органам чувств, создавая мультисенсорный опыт. Использование звуковых инсталляций, ароматов, тактильных поверхностей и других элементов позволяет задействовать различные каналы восприятия. Это усиливает эмоциональное воздействие на зрителя, делая его переживание более полным и запоминающимся. Интеграция перформативных элементов и театрализация выставочного пространства создают атмосферу живого действия, в которое вовлекается зритель. Перформансы, инсценировки и другие формы живого искусства приносят элемент неожиданности и спонтанности, побуждая посетителей к активному наблюдению и участию. Это способствует более глубокому эмоциональному отклику и запоминанию выставочного опыта.

Благодаря использованию современных технологий, выставочные проекты могут быть персонализированы и адаптированы под индивидуальные предпочтения и особенности восприятия каждого посетителя. Интерактивные системы способны отслеживать поведение и реакции зрителей, предлагая им соответствующий контент и маршруты. Это повышает вовлеченность и удовлетворенность посетителей, создавая более персонализированный и запоминающийся опыт. Таким образом, внедрение инновационных технологий и перформативных элементов в выставочное искусство оказывает значительное влияние на восприятие проектов зрителями, усиливая их эмоциональную вовлеченность, мультисенсорное переживание, театрализацию и персонализацию выставочного опыта [5].

**Выводы.** Интеграция инновационных технологий и перформативных элементов в выставочное искусство открывает новые горизонты для творческого самовыражения и взаимодействия с аудиторией. Этот подход представляет собой гармоничное слияние

современных достижений и классических традиций, позволяя художникам и кураторам расширять границы восприятия и донесения своих идей до зрителей. Использование технологий виртуальной и дополненной реальности, интерактивных инсталляций, мультимедийных проекций и других инновационных решений не только привносит элемент новизны и захватывающего опыта, но и способствует более глубокому пониманию и запоминанию представленной информации. Погружаясь в виртуальные миры или взаимодействуя с экспозицией через сенсорные элементы, посетители перестают быть пассивными наблюдателями и становятся активными участниками творческого процесса. Это способствует более глубокому эмоциональному отклику и запоминанию выставочного опыта. Кроме того, современные технологии позволяют персонализировать и адаптировать выставочные проекты под индивидуальные предпочтения и особенности восприятия каждого посетителя. Интерактивные системы способны отслеживать поведение и реакции зрителей, предлагая им соответствующий контент и маршруты, что повышает вовлеченность и удовлетворенность аудитории [5].

Таким образом, подход, объединяющий классические традиции выставочного искусства с инновационными технологиями и перформативными элементами, представляет собой отличную интеграцию современного искусства в классическое. Он позволяет художникам и кураторам находить новые способы донесения своих идей и концепций до зрителей, создавая захватывающие, вовлекающие и запоминающиеся выставочные проекты, которые оставляют неизгладимое впечатление и способствуют развитию искусства в целом.

#### Список литературы:

1. Бугаенко, Т. Ф. Персональная выставка художника в эпоху цифровых технологий / Т. Ф. Бугаенко // Инновации в науке. – № 5(54). – 2016. – С. 89-92.
2. Гомбрих, Э. История искусства / Э. Гомбрих. – Москва: Искусство-XXI век, 2017. – 688 с.
3. Лаврус. Лекция «Выставка как событие». – Текст: электронный. – URL: <https://lavrus.tretyakov.ru/publications/vystavka-kak-sobytie/> (дата обращения: 06.04.2024).
4. Мюллер-Брокманн, Й. Модульные системы в графическом дизайне. Пособие для графиков, типографов и оформителей выставок / Й. Мюллер-Брокманн. – Москва : Издательство Студии Артемия Лебедева, 2014. – 184 с.
5. Смирнова, Т. А. Цифровые технологии в пространстве музейной экспозиции: технические, концептуальные и коммуникационные возможности / Т. А. Смирнова // Культура: управление, экономика, право. – 2010. – №1. – С. 16-19.

Кулиш А. Е., студентка

Научный руководитель: Трошкин А. В., канд. пед. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
[nastyhakylih@gmail.com](mailto:nastyhakylih@gmail.com)

#### РАЗРАБОТКА ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ АЙДЕНТИКИ ТЕАТРА ДОНЕЦКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

**Актуальность.** На сегодняшний день организации, активно взаимодействующие со зрителем, такие как театры и музеи, нуждаются в серьезных дизайнерских разработках айдентики и рабочих пространств. Дизайн в них необходим для того,

чтобы привлечь внимание посетителей и побудить их интересоваться тем, что ждет их на представлении, мероприятии, выставке, в зале или на следующем представлении.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Данным вопросом в последнее время занимались такие исследователи, как: А. А. Пасько, Г. Рид, А. В. Степанов, В. Т. Шимко и др.

**Целью** является исследование и анализ существующих мировых аналогов визуальной айдентики в театральной сфере, разработка современного комплексного дизайнерского решения для молодежно-студенческого театра «Балаган» Донецкого государственного университета, применение элементов визуальной идентичности в полиграфии, интерьере и городской среде.

Поиск и анализ аналогов был проведён с целью выявления общих тенденций развития во взаимодействии дизайна и сценической среды, изучения методов использования дизайнерских приёмов для создания театрального пространства.

**Результаты исследования.** Сравнительная характеристика аналогов.

1. Театр драмы и пластики TNM, Théâtre du Nouveau Monde, располагается в Монреале, Канада, Северная Америка. Временем создания театра считается октябрь 1951 года.

Здесь публика имеет возможность на встречу с разнообразными драматургическими мирами авторства Мольера, Шекспира, Мишеля Трамблэ, Эврипида, Расина, Гольдони, Пиранделло, Чехова, Кафки и многих других.

Классические произведения здесь являются предметом повторных чтений, темы которых являют зрителю свою актуальность и по сей день.

Это позволило театру завоевать с широкую аудиторию, безусловно вложив в постановки и современный смысл [1].

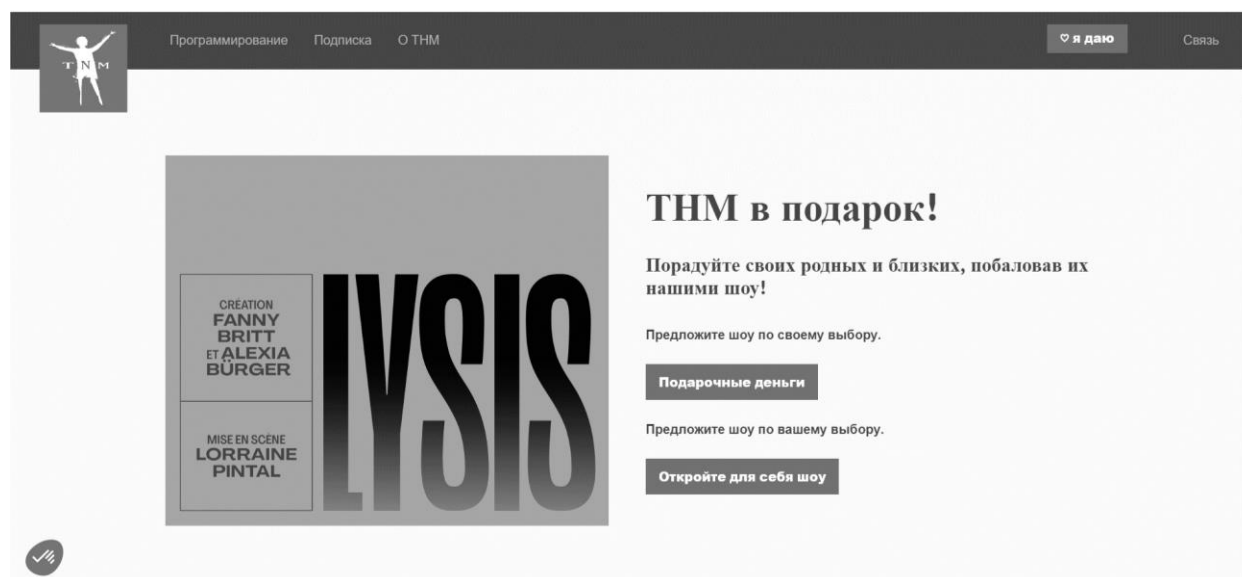


Рис. 1. Главная страница сайта

Театр представлен в интернет-пространстве собственным, достаточно информативным, сайтом и страницей в социальной сети Facebook. При попадании на главную страницу сайта потенциальный зритель оказывается в эмоционально насыщенном пространстве, так как в цветовом решении сайта использован максимальный контраст: белый, черный, красный. Неожиданно возникает ассоциация знака театра, как ни странно, с Государственным флагом Канады.

В фирменной графике плакатов и афиш активно работает цветной шрифт особенного начертания и текстуры. Он равноправно сочетается с фотографией, как правило, лишенной цвета.

Иногда на страницах сайта возникает и локальный серый цвет, отделяя блоки информации друг от друга.

Шрифт гротеск использован как для акциденции, так и для текстового набора, сочетание тонкого и жирного начертания. Все графические элементы сайта стремятся к максимальному контрасту.

На афишах используются портреты актёров, крупный план.

2. В 1936 году в г. Донецке (Сталино) начинается строительство здания театра. Главным архитектором назначен Людвиг Иванович Котовский, главным инженером – Соломон Давидович Кроль.

Первым директором и художественным руководителем театра был выдающийся оперный режиссер, последователь системы Станиславского в музыкальном театре, заслуженный артист РСФСР Йосиф Лапицкий.

Первые артисты прибыли в Донецкий театр из Москвы, Ленинграда, Киева, Луганска и Винницы. В состав оркестра вошли лучшие музыканты Луганского и Винницкого театров оперы и балета, Сталинской областной филармонии.

7 августа 1941 г. состоялась премьера первого балетного спектакля «Лауренсия» А. Крейна.

Начиная с 25 декабря 1941 года продолжается работа театра в оккупации.

С июня 1942 года директором и режиссером театра был назначен режиссер Мюнхенской оперы Тони Грашбергер, и театр переименовывается на Городской театр оперы и балета.

В сентябре 1947 года Донецкий русский музыкальный театр был переименован в Сталинский государственный русский театр оперы и балета. В 1961 году переименован в Донецкий государственный русский театр оперы и балета.

Так же в Донецком государственном театре «Донбасс опера» есть официальный сайт, который выполнен в спокойных оттенках и благородных цветах: белый, золотой и черный. Афиши выполнены монументально, заглавный текст выполнен золотым цветом (рис. 2).



Рис. 2. Разворот с афишами

3. Уже существующий на площадке Донецкого государственного университета молодежно-студенческий театр «Балаган». Основан в 2004 году в Донецком институте

социального образования Людмилой Похожаловой и Лидией Толкачевой. С 2011 года работает на площадке Донецкого национального университета (ныне Донецкого государственного университета).

У студенческого театра нет собственного сайта, а также логотипа. Для создания айдентики нужно создать полный образ театра «Балаган».

Фирменный стиль помогает выработать подход к брендингу, который делает театр, таким каким его хотят видеть зритель.

Фирменный стиль включает в себя:

логотипы (символы, идентифицирующие компанию);

канцелярские товары (бланки, визитные карточки, конверты и т. д.);

маркетинговую продукцию (листовки, брошюры, книги, веб-сайты и т. д.);

продукцию и упаковку (изделия и упаковка);

фирменная одежда (одежда для сотрудников предприятия);

дизайн окружающей среды (внутреннее и внешнее окружение предприятия);

поведение и коммуникация (косвенная и прямая коммуникация);

прочая коммуникация (звуки, запахи, ощущения и т. д.);

другие визуальные элементы, представляющие предприятие или бизнес в целом [3].

Дизайнерская концепция существует как совокупность материальных форм (предметов и механизмов), подлежащих визуальному восприятию, дающая возможность реализовать необходимый процесс для достижения поставленной цели.

Таким образом, утилитарно-технологическая конструкция предмета становится основой для дизайнерского замысла и материализуется в объект, наполненный, помимо функции, образно-эстетическим смыслом [4].

**Выводы.** Рассмотрены три принципа построения логотипа: классический принцип (шрифтовой), графический принцип (символ или знак) и синтетический принцип, где сочетаются графическая и шрифтовая часть логотипа. Синтетический принцип возник позднее всех, в начале XX века, применять его стали впервые в Германии. Классический и всемирно-известный логотип, сохранившийся до нашего времени – это логотип компании Ford. Это самый сложный, и в то же время самый полный способ формирования логотипа. Сочетание эмоционального состояния и информационной базы позволяет человеку лучше запоминать образ и легко идентифицировать его при повторном зрительном контакте.

Логотип создаётся с целью размещения на самых разных носителях, что обуславливает его пластическую универсальность. Логотип должен оставаться неизменным при различных композиционных и размерно-масштабных трансформациях, что обуславливает одно из его важнейших качеств – масштабируемость. Этому требованию наиболее полно отвечают простые лаконичные плоскостные графические формы.

#### **Список литературы:**

1. Театр драмы и пластики TNM. – Текст: электронный. – URL: <https://tnm.qc.ca/> (дата обращения: 08.11.2023).

2. Степанов, А. В. Объёмно-пространственная композиция. – 3-е изд. / А. В. Степанов. – М.: Архитектура-С, 2007. – 256 с.

3. Рид, Г. Искусство и бессознательное. Психология художника: теория Фрейда / Г. Рид // Современная книга по эстетике. – М.: Иностранная литература, 1957.

4. Пасько, А. А. Дизайн национального фестиваля: особенности семантики / А. А. Пасько // Молодой ученый. – 2017. – № 25 (159). – С. 330-332.

Логутенко Д. В., студентка  
Научный руководитель: Никулин К. А.  
Донецкий государственный университет, РФ  
dianalogutenko20@gmail.com

## ДИЗАЙН КНИГИ ЛЮСИ МОД МОНТГОМЕРИ «ЭНН ИЗ ЗЕЛЁНЫХ КРЫШ»

**Актуальность.** Тема дизайн книги «Энн из Зелёных крыш» является значимой в контексте современной литературной культуры и дизайна. Очень продолжительное время книга как вид печатной продукции выполняла, в первую очередь, значимость носителя информации, в связи с чем дизайн книги не был приоритетной задачей для издателя. Однако в нынешнем мире книга перестала быть исключительно лишь связующим звеном между человеком и информацией, размещенной в ней; сейчас она несет в себе художественно-развлекательный характер.

На это повлияло множество факторов, в том числе, усложнение психологической организации нынешнего человека, развитие технических возможностей современной полиграфии, популяризация маркетинговых технологий, развитие рынка.

Таким образом, сейчас дизайну и оформлению печатной продукции, в частности книги, уделяется гораздо больше внимания. Внешний вид печатного издания становится все более выразительным, уникальным, ярким.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросами изучения иллюстрирования книг занимались такие исследователи: Корытов О. В., Леликова Н. К., Сметанникова Н. Н. и другие.

**Целью исследования** является изучение и анализ дизайна книги, чтобы определить его влияния на восприятие и интерес читателей.

**Результаты исследования.** «Энн из Зелёных крыш» (англ. "Anne of Green Gables") – это популярная книга канадской писательницы Люси Мод Монтгомери, впервые опубликованная в 1908 году. Роман повествует историю девочки по имени Энн Ширли, которая ошибочно попадает в семью брат и сестра Мэтью и Мариллы Катберт, которые хотели усыновить мальчика для помощи на ферме «Зелёные крыши». Несмотря на изначальное недопонимание, Энн быстро завоевывает сердца своих новых опекунов и всего окружающего мира своим красочным воображением, живым умом и добротой.

Люси Мод Монтгомери была канадской писательницей, родившейся в 1874 году. Она стала известной благодаря серии книг о приключениях Энн Ширли, которые пользовались популярностью как у детей, так и у взрослых читателей. Книга «Энн из Зелёных крыш» стала полноценным бестселлером и была переведена на множество языков.

Дизайн книги «Энн из Зелёных крыш» играет значительную роль, поскольку обложка и внутреннее оформление могут кардинально влиять на первое впечатление от произведения и привлечь внимание потенциальных читателей. Обложка книги обычно отображает атмосферу и тематику произведения, а также может содержать символические элементы, объединенные с сюжетом и персонажами [1].

Дизайн книги Люси Мод Монтгомери «Энн из Зелёных крыш» имеет большое значение для создания известного вида и привлечения читателей к истории девочки с ярким воображением и теплым сердцем. Оформление книги, начиная от обложки и завершая внутренним дизайном страниц, должно отвечать духу произведения и передавать его основные идеи и настроение. Красочные и привлекательные иллюстрации, гармоничный шрифт и композиция страниц могут существенно усилить впечатление от книги и образовать особую атмосферу чтения.

Книжный дизайн представляет собой значительный творческий процесс, охватывающий в себя выбор формы, шрифтов, цветовой гаммы, художественной подачи, переплета, иллюстративного ряда. Все это ориентировано на то, чтобы отразить главный смысл книги на ее внешней составляющей и привлечь внимание потенциального читателя. Далее будут рассмотрены наиболее распространенные принципы и приемы оформления книжной печатной продукции, применяющиеся на текущий день. Наиболее значительной для первичного привлечения внимания читателя деталью является обложка.

Большинство новых способов книжного дизайна основываются именно на оформлении этой части книги. Однако имеются и иные методы оригинально привлечь внимание читателя и заставить его взгляд остановиться на определенной книге. Например, это включение обреза книжного блока в общую композицию. Это делается посредством нанесения на эту участок рисунка, букв или просто цветной заливки.

Таким образом, дизайн книги выходит более целостным и делает внешний вид книги привлекательным и ярким. Этот прием получил распространение в наши дни благодаря подешевевшей технологии. Рисунок наносится особенной краской сразу после обрезки. Специальная краска нужна для того, чтобы листы не слипались между собой [2].

Не так давно дизайнеры стали прибегать к одному нынешнему приему оформления книги – это использование специфического материала для обложки. Например, сейчас на полках книжных магазинов все чаще можно столкнуться с книгами с обложками из резины или дерева, ткани или пластика, они могут иметь совершенно разные фактуры, имитировать красновато-коричневую или каменную кладку. А в условиях тренда на экологичность все больше приобретают распространение обложки из крафт-картона из переработанных бумажных отходов. К слову, среди читателей набирают известность книги с мягкой обложкой, нежели с твердой, вследствие чему издатели чаще стали применять именно такой вариант [7].

Таким образом, через увеличивающееся разнообразие трендов книжного дизайна заметна свобода и креативность нынешних дизайнеров. Какие бы то ни было рамки и ограничения стираются, и у дизайнеров есть возможность осуществлять любую свою идею в реальность, хотя еще пару десятилетий назад трудно было даже представить, что книга может стать настоящим графическим произведением искусства.

**Выводы.** Дизайн книги «Энн из Зелёных крыш» является ключевым элементом, определяющим первое впечатление от произведения и способствующим привлечению внимания читателей к захватывающей истории главной героини. Визуальные аспекты обложки, внутреннего оформления, использование шрифтов, цветовых решений и иллюстраций имеют огромное значение для создания уникальной атмосферы произведения и подчеркивают его сюжетные особенности [8].

Качественный дизайн книги способен усилить впечатление от чтения, вызвать эмоциональный отклик и увлечь читателя в мир фантазии и приключений Энн Ширли. Он играет важную роль в формировании образа произведения, делает его более привлекательным и запоминающимся для широкой аудитории.

#### Список литературы:

1. Корытов, О. В. Иллюстрированная книга. Конструкция и композиция / О. В. Корытов. – М.: Галарт, 2014. – 224 с., илл.
2. Леликова, Н. К. Наука о книге в России, или к вопросу о методологии исторических исследований / Н. К. Леликова // Книга: исслед. и материалы. – М., 2017. – Сб. 86/1. – С. 67–88.

3. Сабирова, Р. Г. Народная культура»: понятие, сущность, социально-философский анализ / Р. Г. Сабирова, У. Утанова. – М., 2016. – С. 56, 183.
4. Утанова, У. А. Общечеловеческое и национальное в народной культуре // Сборники конференций НИЦ Социосфера. Vedecko vydavatel ke se trum Soc o fera-CZ stro, 2014. – С. 91–95.
5. Фаворский, В. А. Об искусстве, о книге, о гравюре / В. А. Фаворский. – М.: Книга, 1986. – 238 с., илл. – С. 96.
6. Utanova U. A. Scientifically-Philosophical Analysis of Cultural and Spiritual Heritage / U. A. Utanova // International Journal on Integrated Education, 2019. – Т. 2. – № 1. – С. 53–55.
7. Сметанникова, Н. Н. Чтение, грамотность, читательская компетентность: стратегия развития / Н. Н. Сметанникова // Библиотековедение. – 2017. – Т.66. – № 1. – С. 41–48.
8. Кнабе, Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа / Г. А. Кнабе. – Московский государственный университет печати, 2010. – 726 с.
9. Банк, Б. В. Изучение читателей в России (XIX в) / Б. В. Банк. – М.: Книга, 1969. – 262 с.
10. Корытов, О. В. Диссертация «Проблемы дизайна и тенденции формирования дизайн-концепций в постсоветский период конца XX – начала XXI вв.». – М., 2005. – Текст: электронный. – URL: <http://www.dslib.net/tech-estetika/problemy-knizhnogo-dizajna-i-tendencii-formirovanijadizajn-koncepcij-v.html> (дата обращения: 03.04.2024).

Лут М. С., магистрант  
Научный руководитель: Ткачева А. В., канд. экон. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
*mashaserg16@mail.ru*

### САЙТА-ВИЗИТКА ГОРОДА ДОНЕЦК ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА И ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА

**Актуальность.** Каждое государство стремится создать в рамках политической, экономической, а также социальной и культурно-исторической сфер максимально благоприятные условия для развития и роста всех индикаторов регионального состояния. Все сферы человеческой жизнедеятельности нуждаются в регулярной диагностике и оценке своих возможностей и текущих перспектив, к примеру, сфера здравоохранения находится в непрерывном поиске новых идей по сохранению жизни и здоровья населения; сфера образования выполняет обучающую, а также воспитательную функции для формирования и становления самодостаточных личностей будущего поколения, а функционирование отрасли экономики всегда направлено на необходимое финансовое и материальное обеспечение общества. Регион как единица государства определяет его макро-состояние, а совокупность регионов – представление о нем в международных границах. Разумеется, деятельность всех органов власти, представителей экономических и социальных структур регионов важна в становлении и формировании того или иного образа страны, однако, культурная составляющая не менее важна и актуальна в духовном развитии народов. Именно поэтому сегодня так часто можно услышать о всевозможных мероприятиях, проводимых с целью повышения качества и уровня самосознания граждан, так как



«духовное» и «культурное» прочно взаимосвязано, что свидетельствует о культуре региона как о совокупности материальных и духовных богатств, накопленных десятилетиями тех или иных наций. Помимо всего прочего, все культурные богатства включают в себя и мировоззрения, и установки, и традиции, чья специфика, в свою очередь, идентифицирует имидж отдельной территории. Так, сегодня чтобы не просто создать положительный, позитивный и привлекательный имидж региона и государства в целом, необходимо подкреплять его соответствующими мероприятиями. Музыкальные события, выставки памятных произведений искусства, спортивные и научные конференции, обзор достопримечательностей – все это далеко не весь перечень возможностей духовного обогащения нации. С глобальной цифровизацией возникает множество возможностей в медиaprостранстве, которые позволяют заявить о себе и своих достоинствах. Интересен тот факт, что создать свой аккаунт, страничку или ресурс может не только отдельный человек, но и целая организация и даже город. К примеру, особую популярность все чаще набирают сайты-визитки, небольшие одно- или двухстраничные сайты, в которых размещена важная информация об организации или частном лице. Данная тенденция также вписывается и в региональный ребрендинг. Так, сайт-визитка конкретного города, в особенности, если он является туристическим центром, может оказать значительное влияние на его имидж и культурную составляющую. Донецк как город новой территории Российской Федерации всячески способствует развитию своего образа в межгосударственных пределах. Чтобы заявить о себе и своих особенностях, а также сформировать культурный потенциал у населения, создание сайта-визитки может стать отличной перспективой для реализации подобных целей и задач.

**Анализ последних исследований и публикаций.** К числу исследователей, чьи работы связаны с регионами, их цифровизацией и региональным развитием в целом, следует отнести Прокофьева С.Е. и Рождественского И.А [1], которые определили роль государственных органов и структур в региональном развитии; Лимонова Л.Э., чей научный труд отразил эмпирические исследования систем, моделей и методов экономического стимулирования развития территорий [2]; Семенова Е.В., чья научная статья посвящена факторам цифровизации российских регионов [3].

**Цель исследования.** Целями данного исследования являются: 1) определение и анализ актуальности культурного развития населения и формирования положительного имиджа города и региона; 2) создание сайта-визитки, описание главной и второстепенных его страниц.

**Результаты исследования.** Расположение свежих и содержательных сведений о городе способно вызвать интерес к нему и желание посетить известные уголки Донецка. Сайт-визитка по своей структуре представляет собой особый интернет-ресурс, сайт, портал или платформу с небольшим количеством страниц и вкладок (от 1 до 10), цель которого – ознакомить пользователей с актуальной и интересной информацией о городе и обратить максимум внимания к содержанию сайта. Яркие цветовые гаммы, звучащие слова и лозунги, необычная стилистика и оформление дизайна позволяют администраторам сайта оставить приятное впечатление о нем. Донецкий регион славится разнообразием мероприятий, в особенности в весенне-летнее время в период известных праздников. Проведение и празднование особенных дней позволяет сплотить людей, сделать их счастливее, а также развить в них чувство патриотизма и поспособствовать духовному росту путем создания благоприятной социальной и эмоциональной атмосферы. Необходимость сайта, помимо создания позитивного имиджа города и региона, обусловлена информированием о планируемых событиях и привлечением большого круга людей для участия в различных культурных, спортивных, научных и иных акциях.

В ходе исследования был создан сайт-визитка города Донецк. На рисунке 1 представлена главная страница сайта, которая содержит кнопочную панель в качестве вторичного входа и получения информации. На сайте расположены сведения об истории города Донецк, его достопримечательностях, науке и спорте. Можно зайти на каждую панель и ознакомиться с содержанием представленной информации.

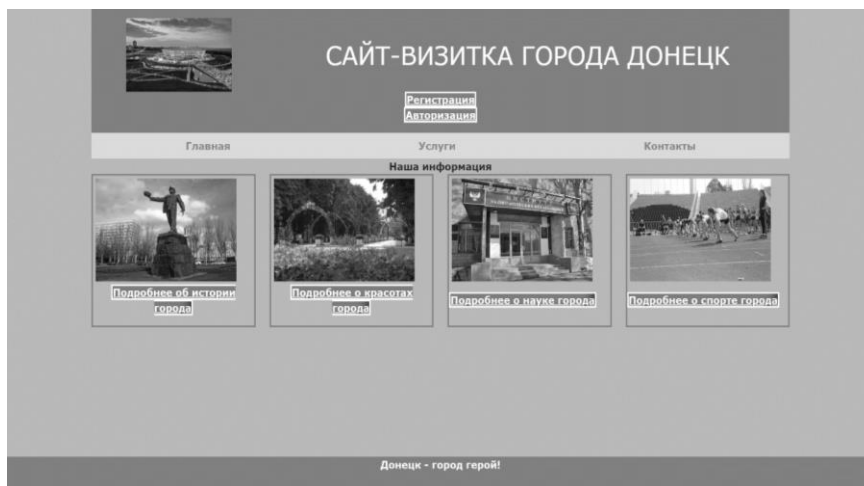


Рис. 1. Главная страница сайта-визитки города Донецк

Главная страничка сайта окрашена в яркие оттенки, содержит графичную верхнюю шапку и памятные рисунки города Донецк.

На рис. 2 представлена второстепенная страничка сайта – Услуги, где можно сделать запрос на получение информации в соответствии со своими пожеланиями. Рядом расположено модальное окно, в котором можно отправить запрос на получение дополнительных сведений, не расположенных на самом сайте, по электронной почте.



Рис. 2. Второстепенная страница сайта-визитки города Донецк

На рис. 3 представлена страничка сайта – Контакты. Здесь можно просмотреть текущие отзывы посетителей и оставить отзыв о собственных впечатлениях.

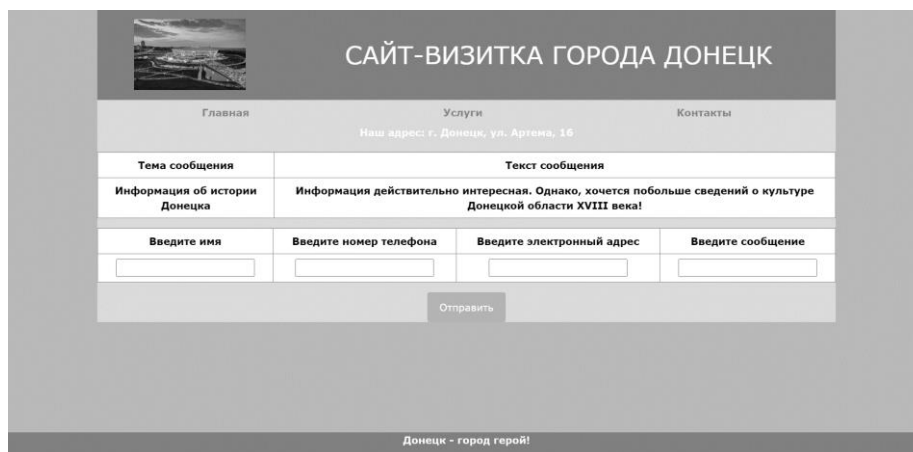


Рис. 3. Второстепенная страница сайта-визитки города Донецк

**Выводы.** Таким образом, разработанный сайт-визитка города Донецк позволит проинформировать население о предстоящих культурных событиях и стимулировать их желание посетить данные мероприятия, что плодотворно скажется как на духовном и культурном развитии граждан, так и на имидже города и Донецкого региона в целом.

#### Список литературы:

1. Государственное управление региональным развитием: учебник / С.Е. Прокофьев [и др.]; под ред. С.Е. Прокофьева, И.А. Рождественской, Н.Л. Красюковой. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 331 с. – ISBN 978-5-534-14175-7.
2. Региональная экономика и пространственное развитие. В 2 т. Т. 1. Региональная экономика. Теория, модели и методы: учебник для бакалавриата и магистратуры / под общ. ред. Л.Э. Лимонова. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 397 с.
3. Семенова, Е.В. Ключевые факторы цифровизации экономики регионов РФ в современных условиях / Е.В. Семенова // *Cifra. Экономика.* – №2. – 2023. – С. 1-5.

Новикова М., студентка  
Научный руководитель: Щербак Н. Г.  
Донецкий государственный университет, РФ  
*mishel.novikova03@gmail.com*

### ОБОСНОВАНИЕ ЭСТЕТИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ КОНЦЕПЦИЙ ДИЗАЙНА АЙДЕНТИКИ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ

**Актуальность темы.** Дизайн айдентики рекламных агентств играет ключевую роль в формировании первого впечатления о компании и ее предлагаемых услугах. Эстетические и маркетинговые концепции дизайна айдентики являются основой для создания уникального и выразительного образа, который отражает идеологию и цели рекламного агентства. В этой статье я рассмотрю основные аспекты обоснования эстетических и маркетинговых концепций дизайна айдентики, которые способствуют успешному продвижению и укреплению позиции рекламного агентства на рынке.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Данной проблемой в последнее время занимались следующие исследователи: Козлов А. Н., Петрова И. С., Устинов П. С., Морозов Д. П. и другие.

**Целью работы** является обоснование важности разработки персонифицированного логотипа или бренда, который в свою очередь сможет подчеркнуть направленность и индивидуальность рекламного агентства.

**Результаты исследования.** Иногда айдентику путают с фирменным стилем, так как и айдендика, и фирменный стиль отвечают за идентификацию товара или бренда с помощью визуальных элементов. Но айдендика – более широкое понятие, которое включает в себя фирменный стиль, но не ограничивается им.

Айдендика – это визуальная идентификация бренда, которая отражает его ценности, стиль и узнаваемость. В рамках рекламных агентств айдендика играет особенно важную роль, поскольку это то, что делает их уникальными и отличает от конкурентов. Разрабатывается уникальная идентификационная система, которая помогает компаниям выделиться на рынке и установить эмоциональную связь с потребителями [4].

Айдендика решает сразу несколько задач:  
транслирует основные ценности и идеи бренда;  
повышает узнаваемость компании;  
помогает отличиться от конкурентов;  
позволяет эмоционально зацепить аудиторию и повысить лояльность к бренду;  
влияет на эффективность рекламных кампаний и продажи.

При создании логотипа можно использовать прямые ассоциации, которые мгновенно будут передавать информацию о компании, или более сложные аналогии [1].

Рекламное агентство – это организация, специализирующаяся на создании, развитии и раскрутке брендов, продуктов и услуг. Для привлечения клиентов и выделения среди остальных компаний важно иметь яркую и запоминающуюся визуальную идентификацию. Айдендика рекламного агентства должна содержать в себе не только эстетическое удовольствие, но и быть стратегически выверенным инструментом маркетинга.

Маркетинговые концепции дизайна айдентики помогают не только выделиться на рынке, но и привлечь целевую аудиторию. Например, использование определенных цветов, символов или логотипа может создавать ассоциации у потребителей и вызывать у них доверие к бренду агентства. Также важно учитывать тренды рынка и предпочтения потребителей при разработке дизайна айдентики [5].

Эстетические концепции дизайна айдентики рекламных агентств могут включать в себя различные стили и элементы, которые отражают его уникальность и специфику. Например, использование выразительных шрифтов, оригинальных композиций и стильных графических элементов может создавать привлекательный и запоминающийся образ агентства. Важно, чтобы дизайн айдентики соответствовал бренду агентства, его ценностям и целям.

Продвижение студии дизайна – это процесс, который сочетает в себе рекламу, мероприятия по стимулированию сбыта и организации связи с общественностью, что направлено на достижение маркетинговых и рекламных целей, если обобщать, то это любая форма сообщений для информации, убеждений, напоминания о себе среди конкурентов.

Сейчас часто используется динамическая айдендика. Она содержит нечто большее, чем просто картинку. Это как бокс, наполненный смыслом. Здесь допускается использование персонажей, уникальных символов, которые будут узнаваемы на любом фоне и отображении. Чтобы точнее охарактеризовать Dynamic Identity, необходимо представить человека, которого видим каждый день. Если он сменит прическу и

одежду, его можно узнать по каким-то особым приметам, так и с динамической айдентикой. Это концепция, суть логотипа, которую будут узнавать везде.

Так же возможно использование маскотов – это персонажи, которые являются символом бренда. Если компания может органично вписать маскота в маркетинговую стратегию продвижения, такой персонаж будет способствовать повышению узнаваемости и ассоциироваться с компанией или продуктом [2].

Айдентика – это комплексный подход к идентификации компании в создании определенного мнения аудитории. Неправильный подход к разработке любого из перечисленных компонентов может повлиять на всю концепцию.

Кроме визуальных элементов, у айдентики выделяют еще вербальные и аудиальные – они отвечают за то, как «говорит» и «звучит» бренд, позволяют идентифицировать компанию или продукт с помощью слов и звуков.

К элементам вербальной айдентики относятся:

слоган,

дескриптор,

уникальный язык, который использует бренд,

тональность коммуникации онлайн и офлайн,

обращение сотрудников компании к клиенту.

Классическая айдентика включает в себя заранее установленные правила и методы, четкий набор элементов, который уже адаптирован под конкретные каналы коммуникации с аудиторией.

При разработке классической айдентики прибегают к гайдлайнам – инструкциям, в которых прописано, как использовать фирменный стиль в разных ситуациях, в каких пропорциях размещать элементы на различных носителях. При таком подходе не допускается изменение шрифта, формы визуальных элементов, текстуры [3].

**Выводы.** Дизайн айдентики рекламных агентств является ключевым элементом их успешной деятельности. Эстетические концепции дизайнов должны соответствовать целям и ценностям бренда. Успешные примеры дизайна айдентики показывают, что правильно выбранный и оформленный дизайн способен привлечь внимание целевой аудитории, усилить узнаваемость и доверие к бренду.

#### Список литературы:

1. Козлов, А. Н. Фирменный стиль и айдентика: учебное пособие / А. Н. Козлов. – М.: КНОРУС, 2017.
2. Петрова И. С. Фирменный стиль и айдентика: теория и практика / И. С. Петрова. – М.: Академия, 2019.
3. Устинов, П. С. Фирменный стиль и айдентика в современном бизнесе / П. С. Устинов. – М.: Идея-Пресс, 2018.
4. Морозов, Д. П. Фирменный стиль компании: от идеи до реализации / Д. П. Морозов. – М.: Наука, 2015.
5. Иванова, Т. К. Фирменный стиль в маркетинге: создание и применение / Т. К. Иванова. – М.: ЮНИТИ, 2014.

Остахова А. А., студент  
Научный руководитель: Трошкина Ю. Ю. канд. пед. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
ostakhova02@mail.ru

## РАЗРАБОТКА ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ МУЗЕЙНОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

**Актуальность.** В условиях конкуренции с другими культурными и развлекательными учреждениями, развитие визуальной коммуникации музейного комплекса является важным элементом дифференциации и привлечения посетителей.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Данный вопрос широко рассматривался в исследовательских трудах западных и отечественных авторов, таких как: В. С. Стёпин, А. В. Бабаева, А. Г. Букин.

**Цель исследования** заключается в изучении современных тенденций и методик разработки визуальной коммуникации, которые способствуют оптимизации и улучшению визуального облика музейного комплекса.

**Результаты исследования.** Визуальная коммуникация – это процесс передачи смысла, например идей, инструкций, данных или других видов информации, посредством графики, а не текста или звука. Для многих пользователей – это более эффективный и доступный способ обмена знаниями и добавления контекста, чем письменное общение [3]. Визуальная коммуникация является одним из самых важных элементов в работе музейного комплекса. Она позволяет посетителям получить информацию о выставках и экспонатах, а также создаёт атмосферу, которая помогает им погрузиться в мир истории и культуры.

Существует множество исследований, направленных на более глубокое понимание природы коммуникации, которая является элементом, лежащим в основе иерархии потребностей. В этих исследованиях коммуникация, в целом, в её простейшей форме, определяется как передача сообщения от источника к получателю. Американский политолог Лассуэлл в 1948 году утверждал, что наиболее подходящим способом определения понятия коммуникации являются ответы на такие вопросы, как «Кто?», «Что он/она говорит?», «По какому каналу?», «Кому?», «С каким эффектом?», и, таким образом, создал, пожалуй, самую известную базовую модель коммуникации [5].

Дизайн – это визуальный язык, который описывает сообщение, которое должно быть передано с помощью визуальных знаков, или решает проблему, которую хотят решить, используя визуальные элементы. Главной проблемой, с которой встречаются дизайнеры при разработке визуальных коммуникаций, является отсутствие системы и последовательности этапов проектирования. Под системой проектирования следует понимать схему взаимосвязей между элементами, составляющими коммуникационную систему, а под этапами – пошаговое руководство процессом проектирования коммуникации.

Одной из важнейших функций коммуникационного дизайна является формирование сценариев поведения человека. Информационные элементы среды могут быть призваны структурировать деятельность человека, что также накладывает существенные ограничения на непосредственное проектирование информационных знаков и их размещение в открытой коммуникационной среде.

Музейный комплекс ДонГУ – это уникальное место, где история, культура и наука соединяются для образования и вдохновения посетителей. Разработка визуальной

коммуникации этого музейного комплекса играет важную роль в создании увлекательного и познавательного опыта для посетителей.

Дункан Ф. Камерон ввёл в научный оборот понятие «музейная коммуникация» в 1968 году. Его работа стала поворотным пунктом в развитии музееведческой теории, позволив рассматривать музеи как места, где созданы все условия для общения посетителей с «реальными вещами» [2].

Коммуникативное пространство музея – это огромный пространственно-временной контекст, в котором предметы находятся не только на физическом, но и на временном расстоянии. Предметы и экспонаты в музейном пространстве в большинстве своём теряют свою материальность и вещественность и обретают смысл, собирая различные пласты культуры: исторический, эстетический, практический, функциональный и этический [4].

Визуальная коммуникация, как система, должна быть целостной и отражать основные ценности и принципы музея. Она должна включать в себя элементы фирменного стиля и его носители (дизайн сайта, рекламные материалы, информационные плакаты и брошюры, а также упаковку для музейных товаров и пр.).

Первым шагом при разработке визуальных коммуникаций является определение целевой аудитории. Музейный комплекс ДонГУ предназначен для широкой аудитории, включая студентов, учёных, туристов и жителей города. Поэтому дизайн должен быть привлекательным и информативным для всех возрастных групп. Коммуникационные дизайнеры обязаны работать над смыслом и эмоциональным вовлечением пользователей, поэтому они должны уметь правильно интерпретировать различные образы и создавать точные визуальные метафоры, вызывающие отклик. Необходимо проанализировать потребительскую аудиторию, её интересы, слабости и желания. А это требует как эмпатии, так и наблюдательности и рациональности. Таким образом, они могут создавать образы, которые действительно вызывают эмоциональный отклик у потребителя. Следующий шаг – разработка концепции дизайна. Визуальная коммуникация должна отражать основные темы и идеи выставок и экспонатов. Важно создать единую стилистику, которая будет соответствовать общей концепции музея.

Одной из ключевых составляющих визуальной коммуникации музея является его фирменный стиль. Логотип должен отражать уникальность истории и культуры Донецкого государственного университета и всех его структурных подразделений. В том числе музейного комплекса. В то же время, фирменный стиль должен подчёркивать профессионализм и авторитет учреждения, а также создавать единый и узнаваемый облик системы визуальной коммуникации.

Важным элементом в создании единого образного решения является типографическая работа и разработка новых шрифтов, посвящённых выставочному проекту. Шрифтовая композиция и графические элементы, которые находятся с посетителем в выставочном пространстве, на рекламных печатных и цифровых материалах, также являются символическим выражением темы и образа выставки, обеспечивая запоминаемость и узнаваемость отдельных проектов. Дизайн выставочных материалов, буклетов, буквиц, информационных щитов и других элементов визуальной коммуникации также играет важную роль в привлечении посетителей и передаче им информации [6]. Эти материалы должны быть не только информативными, но и эстетически привлекательными, чтобы увлечь посетителей и сделать посещение музейного комплекса ДонГУ запоминающимся.

Важным аспектом визуальной коммуникации музея является также создание интерактивных мультимедийных экспозиций, которые позволяют посетителям взаимодействовать с представленной информацией. Это может включать в себя использование современных технологий, таких как виртуальная реальность,

интерактивные экраны и звуковые инсталляции, чтобы сделать опыт посещения музейного комплекса более увлекательным и запоминающимся. Разработка визуальной коммуникации музейного комплекса ДонГУ требует тесного взаимодействия музейных специалистов, дизайнеров, маркетологов и технических специалистов. Важно учитывать потребности и ожидания целевой аудитории, чтобы убедиться, что визуальная коммуникация музея будет привлекательной и информативной для всех посетителей. Особо следует отметить, что визуально-графический комплекс необходим музеям, не имеющим выдающихся, всемирно известных экспонатов. Без него такие музеи не могут иметь своего лица. Для музеев, которые не являются самостоятельными учреждениями культуры, а представляют собой структурные подразделения других учреждений, таких как, например, высшие учебные заведения, создание визуально-графического комплекса не является актуальной задачей. Проблема выявления, а значит, и популяризации музейных комплексов в вузах особенно актуальна для нашей страны. В качестве отправной точки в проектировании визуально-графического комплекса музея должно стать понимание того, будет этот комплекс визуально самостоятелен или его графическое решение должно гармонировать с основными константами фирменного стиля вуза. Успешная визуальная коммуникация музейного комплекса ДонГУ помогает укрепить имидж учреждения, привлечь новых посетителей и увеличить интерес к культурному и научному наследию, представленному в музее.

**Выводы.** Автором были изучены современные тенденции и методики разработки визуальной коммуникации с целью оптимизации и улучшения визуального облика музейного комплекса. Разработка системы визуальной коммуникации музейного комплекса ДонГУ имеет большое значение для обогащения и совершенствования посетительского опыта, создания уникальной и привлекательной образовательной среды, а также для формирования устойчивого и культурно значимого имиджа музея в современном обществе. Она также способствует повышению осведомлённости об образовательных и культурных инициативах университета и способствует усилению его репутации как важного центра образования и культуры.

#### Список литературы:

1. Новая философская энциклопедия / Под ред. В. С. Стёпина: в 4 т. – М.: Мысль, 2001.
2. Концепция музейной коммуникации Самарского областного историко-краеведческого музея им. П. В. Алабина. – Текст: электронный. – URL: <http://www.future.museum.ru/lmp/projects/samara/site/con-ceptZ1.htm> (дата обращения: 22.11.2023).
3. Бабаева, А. В. Современная западная философия о культурном пространстве / А. В. Бабаева // Современная философия как феномен культуры: исследовательские традиции и новации. – СПб., 2001. – С. 27, 31.
4. Букин? А. Г. Культурное пространство и пространства культур: дис. ... канд. филос. наук. – Чита, 2006. – С. 11.
5. Лозовский, Б. Н. Журналистика: крат. слов. / Б. Н. Лозовский. – Екатеринбург, 2004. – Текст: электронный. – URL: [http://www.eunnet.net/metod\\_materials/jdictionary/?xsln=article.x8b&M=a72](http://www.eunnet.net/metod_materials/jdictionary/?xsln=article.x8b&M=a72).
6. Сапанжа, О. С. Стратегии коммуникационных процессов современного музея: авто-реф. дис. ... канд. культурологии. – СПб., 2005. – С. 10.



Портас И. А., студент  
Научный руководитель: Медведева Е. Р., канд. пед. наук, доцент  
Донецкий государственный университет, РФ  
portas.ir@mail.ru

## ОРИЕНТАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА В ОКРУЖАЮЩЕМ ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ, АНАЛИЗ ВИЗУАЛЬНЫХ НАВИГАЦИОННЫХ СИСТЕМ

**Актуальность.** С развитием технологий появилось множество способов облегчения ориентации в городской среде, таких как мобильные приложения для навигации, интерактивные карты, архитектурные элементы и пешеходные зоны. Однако, все еще существует проблема интеграции различных систем навигации и их доступности для всех категорий пользователей. Например, люди с ограниченными возможностями могут испытывать затруднения при использовании определенных видов навигационных инструментов.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Данной проблемой в последнее время занимались такие исследователи, как: Бекишев, М. А., Гудкова Е. С., Корниловский Н. А., Победин В. А., Смирнова О. В. и другие.

**Целью исследования** является изучение различных навигационных систем, их эффективность и удобство использования для различных категорий пользователей.

**Результаты исследования.** Одним из ключевых аспектов формирования комфортной городской среды является городская информация. Наличие необходимой информации позволяет людям легко перемещаться от одного места к другому и находить нужные учреждения и магазины [1].

Одной из наиболее распространенных проблем, связанных с ориентацией в городском пространстве, является увеличение сложности территориального развития и структуры городов. Для решения этой проблемы все чаще применяются различные навигационные системы, включая вербальные и электронные:

*вербальные навигационные системы* могут включать в себя подробные инструкции по маршруту и ориентиры, чтобы помочь людям в перемещении по городу. Например, описание точек интереса, поворотов и особенностей улиц;

*электронные навигационные системы*, такие как GPS и мобильные приложения, предоставляют более точные и актуальные данные о местоположении и направлении движения. Они также могут предлагать альтернативные маршруты и учитывать текущее состояние дорожного движения.

Визуальные навигационные системы играют важную роль в помощи людям ориентироваться в городском пространстве. Они могут включать в себя карты, указатели, указатели направлений, навигационные знаки и другие визуальные элементы, которые помогают людям определять свое местоположение и выбирать правильное направление движения.

Одним из примеров визуальной навигационной системы являются уличные указатели и таблички с названиями улиц, позволяющие понимать, где находишься и куда двигаться. Также современные города могут иметь специальные информационные стенды с картами города, маршрутами общественного транспорта, графиками движения и другой полезной информацией [2].

Визуальные навигационные системы могут также включать в себя внутреннюю навигацию в зданиях, такие как указатели направления, на этажах, планы зданий со схемами выходов и лестниц, чтобы помочь людям быстрее и легче находить нужный объект.

В процессе разработки системы графической навигации создаются пиктограммы, которые являются упрощенными изображениями и позволяют передавать информацию более понятным и кратким способом. Хорошо разработанная система пиктограмм помогает сделать город более удобным для проживающих и посетителей, улучшая общий опыт взаимодействия с городской средой. Она способствует созданию единого облика города и делает его более привлекательным для жизни и посещения.

Результатом разработки системы навигации является современная и уникальная система ориентирования, которая будет эстетична и актуальна в течение долгого времени.

Другой популярной визуальной навигационной системой являются навигационные приложения на смартфонах. Они предлагают пользователю подробную информацию о местоположении, возможные маршруты и даже информацию о транспорте. Это делает их очень удобными для использования в городской среде. Однако, некоторые навигационные приложения могут быть неточными и привести пользователя не по тому маршруту, который он ожидал.

Также существуют системы виртуальной и дополненной реальности, которые могут помочь человеку ориентироваться в городе. Они предлагают пользователю информацию о окружающих объектах, местоположении и даже позволяют построить маршрут с помощью визуальных отметок [3].

**Выводы.** Для того чтобы улучшить ориентацию в городском пространстве, необходимо создать простую и понятную навигацию, которая была бы доступна для всех жителей и гостей города. Это может включать в себя четкие указатели на улицах, информационные стенды с картами города, а также использование современных навигационных технологий, таких как мобильные приложения или интерактивные карты.

Комбинирование различных видов навигационных систем может быть очень полезным, так как это позволит получить наиболее полную картину о местоположении и путях движения. Например, использование карты города в сочетании с навигационным приложением на смартфоне может помочь быстро и точно добраться до нужного места.

Обучение жителей и посетителей города навыкам работы с различными навигационными системами также является важным аспектом. Чем больше людей будут уметь пользоваться различными видами навигации, тем легче им будет ориентироваться в городе и находить нужные объекты.

#### Список литературы:

1. Корниловский, Н. А. Городское пространство и визуальные навигационные системы: проблемы и перспективы / Н. А. Корниловский // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 5(90). – С. 65-69.
2. Гудкова, Е. С. Проблемы ориентации человека в городской среде / Е. С. Гудкова // Наука и образование: проблемы и перспективы. – 2018. – № 1(44). – С. 68-71.
3. Смирнова, О. В. Влияние визуальных навигационных систем на ориентацию человека в городском пространстве / О. В. Смирнова // Инновационная наука и образование. – 2019. – Т. 5. – № 2. – С. 129-132.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Поликов Ю. Н.</i> Вступительное слово к сборнику материалов VIII Международной научной конференции молодых учёных и студентов «Проблемы развития социально-экономических систем» .....	3
<b>Секция «Теория и практика управления экономическими системами»</b>	
<i>Андреев П. А., Сергеев Р. Ж.</i> Научный руководитель: Иванова И. В. Преимущества создания интегрированных систем менеджмента для организаций.....	5
<i>Баранова Д. И.</i> Научный руководитель: Гришина И. В. Актуальные вопросы кадрового менеджмента в социально-экономических системах.....	7
<i>Батута А. С., Есипова А. Н.</i> Научный руководитель: Лапшина Е. А. Брендинг и управление брендом .....	9
<i>Бондаренко К. В.</i> Научный руководитель: Кравец Е. О. Преимущества интернет-бизнеса.....	12
<i>Бунзя О. С.</i> Научный руководитель: Комарницкая Е. В. Работа с персоналом в условиях изменчивой рыночной среды.....	15
<i>Гончар Н. Н.</i> Научный руководитель: Ялунер А. Ф. Управление образовательными организациями в России.....	18
<i>Гудова Е. Д.</i> Научный руководитель: Ялунер А. Ф. Влияние малого бизнеса на экономическое развитие государства.....	21
<i>Драгунова Е. Е.</i> Научный руководитель: Лукин А. Г. Влияние цифровой трансформации на разработку стратегии развития предприятия.....	23
<i>Дениченко В. Ю., Дубык С. В.</i> Научный руководитель: Ялунер А. Ф. Влияние цифровых технологий на систему экологического менеджмента предприятия.....	26
<i>Загоруйко Т. Н.</i> Энергетическая политика стран мира в условиях цифровизации экономики: цифровые инструменты.....	29
<i>Иотко А. Р.</i> Научный руководитель: Кравец Е. О. Информационное обеспечение системы управления предприятием.....	32
<i>Козырь М. А.</i> Научный руководитель: Гришина И. В. Развитие корпоративного подхода в HR-менеджменте.....	35
<i>Колосов Р. А., Коротыч В. В.</i> Научный руководитель: Комарницкая Е. В. Роль инжиниринга в современной системе управления организацией.....	38
<i>Костюк А. О.</i> Научный руководитель: Комарницкая Е. В. Проблемы цифровизации экономики.....	41
<i>Котова В. С.</i> Научный руководитель: Ялунер А. Ф. Особенности креативного менеджмента в практической деятельности организации.....	44
<i>Лисанов А. А.</i> Научный руководитель: Масленников В. В. Развитие экосистем бизнеса в России: проблемы и перспективы.....	47
<i>Ляшенко А. А.</i> Научный руководитель: Кравец Е. О. Концепция совершенствования системы управления персоналом предприятия.....	50

<i>Маслова Е. С., Салазанов М. Д.</i> Научный руководитель: Иванова И. В. Внедрение интегрированных систем менеджмента на промышленных предприятиях.....	53
<i>Матюшина М. А.</i> Научный руководитель: Комарницкая Е. В. Цифровая трансформация бизнеса и мотивация: принципиальные проблемы.....	55
<i>Рябокоть А. В.</i> Научный руководитель: Комарницкая Е. В. Аналитический аспект управления ресторанным бизнесом .....	58
<i>Савичев В. А.</i> Научный руководитель: Ялунер А. Ф. Перспективы применения игровых подходов для оптимизации образовательного процесса в вузе .....	61
<i>Свидерская М. А.</i> Научный руководитель: Комарницкая Е. В. Профиль антикризисного управления компании ПАО «Аэрофлот» .....	64
<i>Спицына Ю. А.</i> Научный руководитель: Иванова Н. М. Прогнозирование в социологических исследованиях .....	67
<i>Фролова К. В.</i> Научный руководитель: Половян А. В. Совершенствование управления социально-экономическим развитием региона .....	70
<i>Шапкина А. А.</i> Научный руководитель: Иванова И. В. Управление знаниями как фактор развития системы менеджмента качества организации .....	73
<i>Яковлева А. Ю.</i> Научный руководитель: Иванова И. В. Интегрированные системы менеджмента: предпосылки создания на российских предприятиях .....	75
 <b>Секция «Государственное и муниципальное управление»</b> 	
<i>Артемов М. А.</i> Научный руководитель: Макарова Е. И. Влияние муниципального управления в обеспечении социально-экономического развития ЛНР .....	77
<i>Беспалова Д. М.</i> Научный руководитель: Кошелева Е. Г. Особенности пенсионного обеспечения граждан Донецкой Народной Республики в условиях перехода в российское законодательное пространство .....	81
<i>Бочаров А. А., Чумак Д. В.</i> Научный руководитель: Иванова Н. М. Кибернетика и государственное управление .....	84
<i>Кожемяко Е. В.</i> Научный руководитель: Иванова Н. М. «Прогнозирование» в условиях электронного образования в Российской Федерации .....	86
<i>Мантуликова Ю. С.</i> Научный руководитель: Шувалова Е. Б. Развитие научных теорий по построению эффективной налоговой системы .....	88
<i>Мелеховская К. К.</i> Научный руководитель: Иванова Н. М. Экономический анализ нефтегазовой отрасли .....	91
<i>Орлова А. С.</i> Научный руководитель: Скоробогатова Н. В. Статистическая оценка динамики объема инновационных товаров и услуг как важнейшего показателя инновационной деятельности в Российской Федерации .....	94
<i>Петроченко Д. В.</i> Научный руководитель: Орлова Л. В. Разработка рекомендаций по совершенствованию государственной политики в сфере социальной защиты трудоспособного населения .....	97

<i>Печкина А. А.</i> Научный руководитель: Оленичева Ю. А. Демографическая ситуация в ДНР: влияние на развитие человеческого капитала .....	100
<i>Резниченко Л. А.</i> Научный руководитель: Орлова Л. В. Система государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации .....	103
<i>Сенетутов Н. Е.</i> Научный руководитель: Кошелева Е. Г. Некоторые аспекты эффективности деятельности органов государственной и муниципальной власти .....	106
<i>Тунаева Е. А.</i> Научный руководитель: Иванова Н. М. Прогнозирование и планирование в экономике государства.....	109
<i>Халафова Е. Э.</i> Научный руководитель: Кошелева Е. Г. Использование информационных технологий в государственном и муниципальном управлении: теоретический аспект .....	111
<i>Хрипков С. О.</i> Научный руководитель: Орлова Л. В. Ловушка теневой экономики .....	114

**Секция «Международный бизнес и GR-менеджмент»**

<i>Бондарь Е. В.</i> Научный руководитель: Костина Т. В. Анализ пяти сил портера Vodafone Group Plc .....	118
<i>Газиев А.</i> Научный руководитель: Воробьева Ю. С. Анализ основных конкурентных преимуществ Google .....	121
<i>Дедешко Д. В.</i> Научный руководитель: Костина Т. В. Теоретические и методологические основы исследования преступлений экономической направленности .....	124
<i>Залётин Р. Н.</i> Научный руководитель: Забавина Е. Ю. Влияние валютного курса на состояние национальной экономики .....	127
<i>Мазно К. Э.</i> Научный руководитель: Забавина Е. Ю. Стратегия развития Starbucks .....	130
<i>Михеева О. С., Тавадян Д. А.</i> Научный руководитель: Воробьева Ю. С. Факторы правовой среды, влияющие на развитие малого бизнеса в Донецкой Народной Республике .....	133
<i>Ал Нуккари Моаяд</i> Научный руководитель: Холод М. В. Максимизация эффективности бизнес-аналитики в цифровой трансформации: стратегические аспекты и вызовы .....	136
<i>Попко Д. С.</i> Научный руководитель: Воробьева Ю. С. Направления минимизации негативного влияния предприятий химической промышленности Германии на окружающую среду .....	140
<i>Попов Я. В.</i> Научный руководитель: Костина Т. В. Актуальные проблемы и перспективы развития бизнеса в Донецкой Народной Республике в условиях цифровой экономики .....	143
<i>Пузырёв М. И.</i> Научный руководитель: Костина Т. В. Особенности влияния деятельности ТНК на окружающую среду: экологический аспект .....	146
<i>Салимова Р. Р., Муртазина А. А.</i> Научный руководитель: Киселёва О. В. Анализ зарубежного опыта развития малого бизнеса.....	148
<i>Третьяков М. П.</i> Научный руководитель: Некрасова О. Л. Перспективы развития автомобильной отрасли Донецкой Народной Республики в качестве важного субъекта Российской Федерации.....	151

<i>Усатюк А. Ю.</i> Научный руководитель: Костина Т. В. Финансовое оздоровление: сущность, инструменты и их влияние на деятельность компании.....	154
<i>Цирпель Е. П.</i> Научный руководитель: Воробьева Ю. С. Исследование уровня осведомленности населения Донецкой Народной Республики о проблеме сортировки и переработки мусора.....	157
<b>Секция «Маркетинг и логистика: теория и практика»</b>	
<i>Або М.М.А.А. Медянцева Т. А., Долганова А. С., Карно Д. М.</i>	
Научный руководитель: Малышева О.В. Геоэкономическое, геологистическое и геостратегическое значение газопроводов на мировом энергетическом рынке.....	161
<i>Белюсов А. С.</i> Научный руководитель: Чижова Н. Е. Инновационные формы услуг.....	164
<i>Болдырева Я. Ю., Медянцева Т. А., Гриднев Д., Садурский И.</i> Научный руководитель: Веселова Ю.В. Логистика объединения промышленных регионов Новороссии.....	167
<i>Бочарова Е. М.</i> Научный руководитель: Беспятая М. Н. Особенности маркетинга в сфере спортивно-оздоровительных услуг.....	170
<i>Буров Е. А.</i> Научный руководитель: Петенко И. В. Маркетинговая концепция формирования рабочей силы предприятий.....	173
<i>Ван Вэйнань, Тянь Цун, Зитарова К. Е., Агарёва А. М.</i> Научный руководитель: Чекулдова С. В. Модель организации перевозок пассажиров и контейнеров из Китая в ЕС	177
<i>Васильев Д. В.</i> Научный руководитель: Беспятая М.Н. Системы и модели управления запасами предприятия.....	181
<i>Гаврашенко Е. А.</i> Научный руководитель: Кужелева А. А. Совершенствование транспортно-логистической деятельности предприятия (на примере ООО «АВ-ГРУПП»).....	184
<i>Герасименко Е. В., Зотова Е. В., Джумаева А. И., Юрочкина А. В.</i> Научный руководитель: Веселова Ю. В. Определение условий поставок с помощью «Инкотермс».....	187
<i>Горбунова Е. Д.</i> Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В. Управление конкурентоспособностью предприятия.....	190
<i>Грошев А. Р.</i> Научный руководитель: Беспятая М. Н. Современные тенденции развития рекламы.....	193
<i>Дементьева В. С., Колесник И. В., Шевякова Д. В., Касьянов И. Р.</i> Научный руководитель: Веселова Ю.В. Санкционная политика против России на сельскохозяйственном рынке...	196
<i>Добахов А. Н., Фадеев А. В., Поливанова Д. К., Плетенкова А. И.</i> Научный руководитель: Харитоновна М.Н. Проблематика развития логистических транспортных систем РФ в условиях санкций.....	200
<i>Жакишев М., Смирнов Н., Калинина Е. Д., Хачатрян С. Э.</i> Научный руководитель: Куренков П. В. Логистика бронепоездов РККА и их роль в ходе Великой Отечественной войны.....	203

<i>Захаров А. А., Бучарова Я. А. Илюхина И. С., Косова А. С.</i> Научный руководитель: Чекулдова С. В.	
Задачи маркетинга и логистики для достижения общей цели.....	206
<i>Захарова Е. С., Якубовская А. П.</i> Научный руководитель: Иванова Н. М.	
Значимость торговой площадки Wildberries для рынка России.....	210
<i>Зубов В. А., Захаров А. А., Фадеев А. В., Хохрина К. А.</i> Научный руководитель: Карышев М. Ю.	
Геополитическое и геологистическое значение водных коммуникаций....	212
<i>Иванов А. П., Мизиев М. М. Демина Е. А., Сузюмова К. А.</i> Научный руководитель: Чекулдова С. В.	
Мультимодальные контейнерные перевозки, как ключ к увеличению мирового товарооборота .....	214
<i>Иванова Т. Д., Зайцева В. А., Митина В. Р., Калинина Е. Д.</i> Научный руководитель: Малышева О. В.	
Геоэкономическое, геологистическое и геостратегическое значение зернового рынка.....	218
<i>Иващенко И. И.</i> Научный руководитель: Беспятая М. Н.	
Сущность и значение рециклинга на предприятии.....	222
<i>Казеев Р. Д., Филипченко Н. С., Пьянова Е. С., Михайлова А. А.</i> Научный руководитель: Карышев М.Ю.	
Стратегическое, экономическое, логистическое значение Арктики для России и мира.....	225
<i>Калькова Н. Н.</i>	
Реализация задач маркетинга 4.0 посредством нейромаркетинговых технологий.....	228
<i>Камеева В. А., Романова О. А., Чипура П. И., Гниломедова И. С.</i> Научный руководитель: Малышева О. В.	
Геостратегическое и геополитическое значение Суэцкого канала.....	231
<i>Кизина А. Е., Угруна А. А., Хохрина К. А., Болдырева Я. Ю.</i>	
Водный канал «Куш-Теп» в Афганистане и его логистическая и политическая роль.....	235
<i>Ковардин Ю. А.</i> Научный руководитель: Пантелеев В. И.	
Big Data в логистике.....	239
<i>Коржев А. И., Щапова В. В., Рудакова А. И., Вахрамеева А. А.</i> Научный руководитель: Куренков П. В.	
Промышленная и транспортная экономика и логистика Новороссии.....	241
<i>Красноцветов А. С., Шаповалов Д. Л., Данчина Д. А., Халирахмонов Д. Г.</i> Научный руководитель: Куренков П. В.	
Создание Путиловского завода, как пример большой роли логистики.....	244
<i>Крестина А. Д.</i> Научный руководитель: Дудник В. В.	
Международная логистика в условиях санкций: пути оптимизации.....	248
<i>Крмаджян К. А.</i> Научный руководитель: Кужелева А. А.	
Маркетинг будущего: как нейромаркетинг и искусственный интеллект изменяют подходы к продвижению товаров и услуг.....	251
<i>Лидя Мельник Кардеро, Ширяев А. В., Курышина А. А., Николаева В. Ю.</i> Научный руководитель: Куренков П.В.	
Антилогистика модернизации транспортной инфраструктуры НАТО в Восточной Европе.....	255

<i>Минаева Е. С., Козлов С. Л., Михайлова А. А., Афанасьева В. А.</i>	
Научный руководитель: Харитонов М.Н.	
Применение машинного зрения на железнодорожном транспорте и перспективы его дальнейшего внедрения.....	258
<i>Мингалева К. М.</i> Научный руководитель: Каримова С. А.	
Тенденции потребительского поведения в Китае: какие изменения в предпочтениях и требованиях покупателей влияют на маркетинговые стратегии.....	261
<i>Мироевская Ю. Е.</i> Научный руководитель: Никонова Я. И.	
Геймификация как современный цифровой инструмент маркетинга.....	264
<i>Мишинева К. А.</i> Научный руководитель: Новикова А. К.	
Разработка и внедрение комплекса маркетинга на предприятии.....	267
<i>Мыслик М. С.</i> Научный руководитель: Беспятая М. Н.	
Маркетинг впечатлений как инструмент для привлечения и удержания клиентов.....	270
<i>Набиев И. Б.</i> Научный руководитель: Беспятая М. Н.	
Маркетинг в сфере видеоигр.....	273
<i>Некрасова А. С.</i> Научный руководитель: Дудник В. В.	
Роль позиционирования продукта и позиционирования бренда в маркетинговых стратегиях.....	276
<i>Овчиникова К. О.</i> Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т. В.	
Инструменты продвижения образовательных программ в эпоху цифровизации.....	279
<i>Петенко А. В., Петенко И. В.</i>	
Маркетинговое исследование сферы профессионального обучения, переподготовки и повышения квалификации .....	282
<i>Попова Е. В.</i> Научный руководитель: Дудник В. В.	
Интеграция новых методов продвижения в маркетинговую стратегию компании.....	285
<i>Прозоров В. В., Петлина О. И., Хохрина К. А., Филиппов М. В.</i>	
Научный руководитель: Герасимова Е. А.	
История строительства Варшаво-Венской железной дороги .....	289
<i>Пьянова Е. С., Гузенко В. А., Долганова А. С., Сузюмова К. А.</i>	
Научный руководитель: Серяпова И.В.	
Поврежденные кабели в Красном море: США под подозрением .....	292
<i>Пьянкова О. К., Беляев М. И.</i> Научный руководитель: Белоногова Е. В.	
Совершенствование процесса закупки оптового предприятия .....	295
<i>Раймонд Сабуни, Макарова А.А., Багрова И.В., Рудакова А.И.</i>	
Научный руководитель: Куренков П.В.	
Исследование текущего состояния строительства железной дороги в Танзании .....	298
<i>Савенков А. А.</i> Научный руководитель: Чижова Н. Е.	
Влияние Северного Морского Пути на рынок транспортных услуг Российской Федерации .....	301
<i>Светлова А. С.</i> Научный руководитель: Суворова С. Д.	
Значение «ночной логистики» в работе предприятий общественного питания (на примере «Булочных Ф. Вольчека») .....	304
<i>Сорокотягин И. И.</i> Научный руководитель: Чижова Н. Е.	
Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг .....	307



<i>Тихонов А. А.</i> Научный руководитель: Каримова С. А. Оценка конкурентоспособности фирмы на примере компании Wildberries .....	310
<i>Туркменов И. О., Попов С. В., Хуснутдинов А. И., Рахмадалиева А. М.</i> Научный руководитель: Куренков П.В. К вопросу о межпоездных интервалах на восточном полигоне ОАО «РЖД» и способах их оптимизации .....	312
<i>Тянь Цун, Ван Вэйнань, Карно Д. М., Пестрякова А. А.</i> Научный руководитель: Куренков П.В. Методы аналитики логистики грузов Китай – Европа .....	316
<i>Филимонова З. В., Зайцева В. А., Овчинников В. А., Калинин В. Г.</i> Научный руководитель: Серяпова И. В. Развитие логистической системы Новороссии на рубеже XIX-XX века ...	319
<i>Филипченко А. С., Степанова Д. Ю., Макаров А. Ю., Первалова В. В.</i> Научный руководитель: Герасимова Е.А. Железная дорога «Санкт-Петербург – Москва». Становление и развитие транспортной логистики Российской империи .....	324
<i>Хохлов Д. С.</i> Научный руководитель: Чижова Н. Е. Флоучарт как способ минимизации логистических рисков предприятия ..	327
<i>Черкасова Д.О., Борисов Д.С., Ладецкая М. Д., Митина В. Р.</i> Научный руководитель: Серяпова И. В. Определение оптимального маршрута мультимодальной перевозки .....	330
<i>Чернякова М. Б.</i> Научный руководитель: Беспятая М. Н. Особенности маркетинга компании Aviasales .....	334
<i>Чжу Нинъя</i> Глобальная эволюция Martech: уникальный вклад и вызовы китайского рынка .....	337
<i>Чижов А. Г.</i> Научный руководитель: Чижова Н. Е. Мировые тренды в маркетинговом управлении предприятиями на автомобильном рынке .....	340
<i>Шибает Д. И., Сарычева А. С., Барина А. А., Перегудов Я. В.</i> Научный руководитель: Куренков П. В. Восточный полигон ОАО «РЖД». Перспективы развития «БАМ» .....	343
<b>Секция «Экономическая безопасность»</b>	
<i>Артамонова И. О.</i> Научный руководитель: Давлианидзе Я. С. Влияние искусственного интеллекта на трансформацию рынков труда ...	348
<i>Балдина А. Е.</i> Научный руководитель: Малыгина В. Д. Гармонизация промышленной и торговой политики в контексте экономической безопасности .....	351
<i>Власюк А. П.</i> Научный руководитель: Селиванова Ю. В. Влияние финансовой составляющей экономической безопасности на устойчивое развитие предприятия .....	353
<i>Воронцов М. А.</i> Научный руководитель: Давлианидзе Я. С. Прогнозирование уровня экономической безопасности предприятия ...	356
<i>Глинская М. В.</i> Геоэкономика и геополитика современного мира и необходимость обеспечения экономической безопасности .....	359

<i>Григорьев Д. С.</i> Научный руководитель: Безпалов В. В. Цифровые технологии в условиях санкционных ограничений в обеспечении экономической безопасности строительной отрасли .....	362
<i>Долудар В. В.</i> Научный руководитель: Давлианидзе Я. С. Социальная инженерия как угроза финансовой безопасности личности ...	365
<i>Жукова К. В.</i> Научный руководитель: Архипова Л. С. Основные факторы экономического роста Ханты-Мансийского автономного округа в современных условиях геополитической нестабильности .....	368
<i>Зубко А. С.</i> Научный руководитель: Давлианидзе Я. С. Перспективы и риски развития цифровой экономики .....	371
<i>Иванова Д. Д.</i> Научный руководитель: Кондрашова Е. А. Комплексная оценка финансовой безопасности предприятия на основе консолидации методик .....	374
<i>Ильин М. В.</i> Научный руководитель: Архипова Л. С. Топливо-энергетический комплекс Российской Федерации в условиях санкционных ограничений .....	377
<i>Карпенко Д. А.</i> Научный руководитель: Еропутова О. А. Роль конкурентоспособности предприятия в обеспечении экономической безопасности .....	380
<i>Кончакова А. Д.</i> Научный руководитель: Архипова Л. С. Инвестиционная безопасность региона в условиях санкционных ограничений на примере Калужской области .....	383
<i>Королёв А. А.</i> Научный руководитель: Безпалов В. В. Место и роль машиностроительной отрасли в системе обеспечения экономической безопасности России .....	386
<i>Ланец Е. А.</i> Научный руководитель: Давлианидзе Я. С. Возрастная дифференциация финансовой грамотности и возможные направления улучшения ситуации .....	391
<i>Локтионова Ю. А., Максакова К. А.</i> Научный руководитель: Архипова Л. С. Влияние демографического кризиса на рынок труда в Приволжском федеральном округе .....	394
<i>Маликова А. Ю.</i> Научный руководитель: Кондрашова Е. А. Проблемы и перспективы развития сферы торговли Донецкой Народной Республики .....	397
<i>Мальцев В. А.</i> Научный руководитель: Дрындак А. А. Система финансовой безопасности как составляющая системы экономической безопасности предприятия .....	400
<i>Поплавский С. П.</i> Тенденции развития геополитической обстановки в мире и международная экономическая безопасность .....	403
<i>Сагайдак М. М.</i> Научный руководитель: Кондрашова Е. А. Современные методы оценки рисков и угроз финансовой безопасности предприятия .....	405
<i>Селин А. А.</i> Научный руководитель: Стрелина Е. Н. Конкурентоспособность как механизм обеспечения экономической безопасности предприятия .....	408
<i>Скоморохова А. С.</i> Научный руководитель: Архипова Л. С. Анализ эффективности принимаемых мер по снижению экономической и инфраструктурной изоляции Сахалинской области .....	410

<i>Титова Е. В.</i> Научный руководитель: Архипова Л. С. Депопуляция как угроза экономической безопасности (на примере Кемеровской области) .....	413
<i>Трошина А. О.</i> Научный руководитель: Селиванова Ю. В. Проблемы обеспечения экономической безопасности предприятий авиационной отрасли в условиях санкционных ограничений .....	416
<i>Ходун Э. В.</i> Научный руководитель: Стрелина Е. Н. Финансовая составляющая экономической безопасности предприятия ...	419
<i>Чижиков М. Д.</i> Научный руководитель: Леухина Т. Л. Инновационное развитие как фактор обеспечения экономической безопасности РФ .....	422
<i>Шалько В. А.</i> Научный руководитель: Архипова Л. С. Влияние западных санкций на уровень жизни населения Калининградской области .....	424
<i>Шерстобитова Ю. А.</i> Научный руководитель: Архипова Л. С. О рисках уровню жизни населения как угрозе экономической безопасности .....	428
<b>Секция «Региональная идентификация в дизайне»</b>	
<i>Ведькал Д. В.</i> Научный руководитель: Медведева Е. Р. Разработка дизайн-концепции книги Джанни Родари «Приключения Чиполлино» .....	431
<i>Гарусина Д. В.</i> Научный руководитель: Трошкин А. В. Теоретические основы создания айдентики .....	432
<i>Дёмина В. А.</i> Научный руководитель: Медведева Е. Р. Использование цвета в дизайне .....	435
<i>Кочмарская А. В.</i> Научный руководитель: Щербак Н. Г. Инновационные подходы к интеграции перформативных элементов в дизайне выставок .....	438
<i>Кулиш А. Е.</i> Научный руководитель: Трошкин А. В. Разработка дизайн-концепции айдентики театра Донецкого государственного университета .....	441
<i>Логутенко Д. В.</i> Научный руководитель: Никулин К. А. Дизайн книги Люси Мод Монтгомери «Энн из зелёных крыш» .....	445
<i>Лут М. С.</i> Научный руководитель: Ткачева А. В. Сайта-визитка города Донецк для повышения культурной привлекательности региона и формирования его положительного имиджа .....	447
<i>Новикова М.</i> Научный руководитель: Щербак Н. Г. Обоснование эстетических и маркетинговых концепций дизайна айдентики рекламных агентств .....	450
<i>Остахова А. А.</i> Научный руководитель: Трошкина Ю. Ю. Разработка визуальной коммуникации музейного комплекса Донецкого государственного университета .....	453
<i>Портас И. А.</i> Научный руководитель: Медведева Е. Р. Ориентация человека в окружающем городском пространстве, анализ визуальных навигационных систем .....	456

*Научное издание*

**Проблемы развития социально-экономических систем**

Материалы VIII Международной научной конференции  
молодых учёных и студентов  
(Донецк, 18 апреля 2024 г.)

**Том 1**

*Ответственный за выпуск*  
*председатель Совета молодых ученых экономического факультета*  
*ФГБОУ ВО «ДонГУ» Воробьева Ю. С.*

Оргкомитет конференции не несёт ответственности за достоверность  
информации, предоставленной в рукописях  
Напечатано с оригинал-макета, предоставленного авторами

Под общей редакцией *Ю. Н. Поликова*  
Ответственный за выпуск *Ю. С. Воробьева*

Дизайн обложки *К. А. Амирханян*  
Технический редактор *Ю. С. Воробьева*

Электронный макет разработан оргкомитетом конференции  
в Совете молодых ученых экономического факультета  
ФГБОУ ВО «ДонГУ»  
283015, Российская Федерация, ДНР, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186.  
e-mail: smuefek@mail.ru

Подписано в печать 31.05.2024 г.  
Формат 60x84/8. Бумага офсетная.  
Печать цифровая. Усл. печ. л. 24,13  
Тираж 100 экз. Заказ №31май

Донецкий государственный университет  
283001, Российская Федерация, ДНР, г. Донецк, ул. Университетская, 24.  
Свидетельство о внесении субъекта  
издательской деятельности  
в Государственный реестр  
Серия ДК 1854 от 24.06.2004 г.