

СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО

ДОННУ

ISSN 2522-4824

ВЕСТНИК СНО

ВЫПУСК 15

ТОМ 3:

Экономика



Донецк 2023

ISSN 2522-4824

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО

ВЕСТНИК
СТУДЕНЧЕСКОГО НАУЧНОГО ОБЩЕСТВА
ГОУ ВПО «ДОННУ»

ВЫПУСК 15

ТОМ 3
Экономика

Донецк – 2023

ББК У.я52
УДК 378:33(05)

Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «ДОННУ» – Донецк: ДОННУ, 2023. – Вып. 15, том 3: *Экономика*. – 285 с.

**Редакционная коллегия
Вестника студенческого научного общества
ГОУ ВПО «ДОННУ»**

Главный редактор – *Сторожев В.И.*, д-р техн. наук, профессор, проректор по научной и инновационной деятельности

Зам. главного редактора – *Дегтярев С.В.*, председатель Совета СНО

Ответственный секретарь – *Самарёва Т.Н.*

Технический редактор – *Торба А.А.*

Члены редакционной коллегии:

Третьяков И.А., канд. тех. наук, доцент
Ветрова Е.С., докт. филол. наук, профессор
Бурляй А.С., ассистент
Разумный В.Н., канд. ист. наук, доцент
Сафонов А.И., канд. биол. наук, доцент

Олейникова А.В., старший преподаватель
Воробьева Ю.С., старший преподаватель
Химченко А.Н., канд. экон. наук, доцент
Щепин Н.Н., канд. физ.-мат. наук, доцент
Щепина Н.Д., канд. хим. наук, доцент

В пятнадцатом выпуске ежегодного сборника (в 4 томах) опубликованы результаты научных исследований студентов ГОУ ВПО «ДОННУ» в области естественных (том 1), социально-гуманитарных (том 2 в 3-х частях), экономических (том 3) и юридических наук (том 4). Работы печатаются в авторской редакции, максимально снижено вмешательство в структуру отобранных материалов. *Ответственность за содержание статей, аутентичность цитат, правильность фактов и ссылок несут авторы статей.* Редакционная коллегия не несет ответственность за достоверность информации, представленной в рукописях, и оставляет за собой право не разделять взгляды некоторых авторов на те, или иные вопросы.

Вестник СНО включен в Аналитическую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ), номер договора № 452-11/2018.

Адрес редакции:

283001, г. Донецк, пр-т Гурова, 14, гл. корпус ДОННУ, к. 215;

Тел.: +7(856) 302-92-26;

E-mail: sovetsno@donnu.ru

URL: <http://donnu.ru/science/sno>

Печатается по решению Ученого совета

ГОУ ВПО «ДОННУ»,

протокол № 3 от 31.03.2023 г.

© ГОУ ВПО «ДОННУ», 2023

Содержание

<i>Абузярова Л. Д.</i> ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	5
<i>Агамерьянц А.А.</i> ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ – ТЕНДЕНЦИЯ, СОСТОЯНИЕ	9
<i>Бондаренко А. П.</i> ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА И КОНТРОЛЯ ДВИЖЕНИЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ ГОРНОДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ЮГМК» ФИЛИАЛ «КОМСОМОЛЬСКОЕ РУДОУПРАВЛЕНИЕ»)	13
<i>Бочарова Е.М.</i> ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ	17
<i>Васильева П. А.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ АНТИКОРРУПЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ОРГАНАХ МВД РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН: ПРАВОВАЯ И ЦИФРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	22
<i>Водопьянова А.С.</i> АМБИВАЛЕНТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ТОРГОВЛИ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ	30
<i>Воробьева А. В.</i> ВОЗМОЖНОСТИ КИТАЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	33
<i>Воронцов М.А.</i> РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ	38
<i>Гапоненко А.М.</i> ЛТ-ФИЛОСОФИЯ, ЕЁ КВИНТЭССЕНЦИЯ, ПРЕИМУЩЕСТВА И ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ	42
<i>Гридина Е.И.</i> PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ	48
<i>Дышкова Е.А.</i> ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА: ПРАВОВАЯ ПРИРОДА	53
<i>Ефименко С.А., Прохоренко С. Д.</i> ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ РЕСУРСΟΣБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ	57
<i>Жолоб В.А.</i> МЕСТО И РОЛЬ РОССИСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ	62
<i>Забавина М.С.</i> ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ДНР: АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ	68
<i>Захватова К. А.</i> ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РАСХОДОВ ПЕРИОДА В СИСТЕМЕ УЧЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	73
<i>Кирьязиева И.А.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ НА УРОКАХ ГЕОГРАФИИ	78
<i>Клименко Ю. И.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО СБЫТУ ПРОДУКЦИИ	83
<i>Круглова А.А.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ КОНФЛИКТОВ НА ТЕРРИТОРИИ ДНР И ЧАСТИ ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ, ПОДКОНТРОЛЬНОЙ УКРАИНЕ	89
<i>Куренко Д.К.</i> ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	94
<i>Лаврищева О. В.</i> ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ ТРУДА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ	100
<i>Литвиненко Е.И.</i> ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	105
<i>Лунина Е.Э.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ОТВЕТСТВЕННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПРИ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ	112
<i>Лут М.С.</i> ПОДДЕРЖКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В КАЧЕСТВЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРИОРИТЕТА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	118
<i>Мазно К.Э.</i> МЕТОДИКИ УЧЕТА СТРАНОВЫХ РИСКОВ: МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА	123
<i>Мелешенко М. А., Мелешенко А. А.</i> ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ	128
<i>Новикова Д.И.</i> ИНСТРУМЕНТЫ БРЕНДИНГА В КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКЕ. МОДЕЛЬ КАПИТАЛА БРЕНДА КЕЛЛЕРА	132
<i>Общанская А. Р.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЙ «МАРКЕТИНГ», «РЕКЛАМА», «PR», «ПРОПАГАНДА»	136
<i>Олешко А.С.</i> ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ	142
<i>Пилипенко А.И.</i> УЧЁТ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ БИЗНЕС- ПРОЦЕССОВ: КРИТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ГЕНЕЗИС ОБЩЕМЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ И СОВРЕМЕННУЮ ДИСКУССИЮ ПО АКТУАЛЬНЫМ ПРОБЛЕМАМ	147
<i>Подопригора А. В.</i> АНАЛИЗ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ	151
<i>Подопригора А. В.</i> ЦИФРОВИЗАЦИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	156
<i>Помогаева В.А.</i> ПРИМЕНЕНИЕ МАТРИЦЫ ADL НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	162
<i>Прохоренко К.Д.</i> СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ	167
<i>Псарёва А.Э., Ляшенко А.А.</i> ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ГП «ТЕЛЕРАДИОКОМПАНИЯ «ОПЛОТ ТВ»	173
<i>Рыбалко А.В.</i> ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОСТЕХНАДЗОРА	179
<i>Сафонов Р.Д.</i> ТРЕНДЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	184

<i>Серегина А.Р.</i> ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРОЕКТЫ	187
<i>Соммерфельд Д.В.</i> BIG DATA И АНАЛИЗ ДАННЫХ В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ	191
<i>Сытник О.А.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ ПАО «ЛУКОЙЛ»	195
<i>Татарина В.С.</i> ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	202
<i>Тищенко И.А.</i> ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ	206
<i>Топчий Д.В.</i> ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА И ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ОТНОСИТЕЛЬНО ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА	211
<i>Третьяков М. П.</i> БАНКОВСКИЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ РОССИИ И ЕЁ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО КРИЗИСА	217
<i>Трушкевич И.М.</i> ОБЛАЧНЫЙ ИНЖИНИРИНГ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ	223
<i>Узнародова Я.И.</i> FMCG-РЫНОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: АНАЛИТИКА И ТЕНДЕНЦИИ	228
<i>Хусяинова А.И.</i> СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТОРГОВЛИ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ	232
<i>Черкашина К. С.</i> ЦИФРОВАЯ ВАЛЮТА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ДВЕ СТОРОНЫ ОДНОЙ МЕДАЛИ	237
<i>Чинина М.М.</i> ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АНТИКОРРУПЦИОННОЙ БОРЬБЕ	242
<i>Чуканова Е.А.</i> ЗАМЕДЛЕНИЕ ГОЛЬФСТРИМА И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ	248
<i>Шаталова П.С.</i> РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РФ	254
<i>Швецова А.П.</i> ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОРАСЧЕТОВ МЕЖДУ УЧАСТНИКАМИ ЦЕПИ ПОСТАВОК И ПУТИ К ИХ РЕШЕНИЮ	261
<i>Шеховцова А.В.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ	267
<i>Яковлева Е.В.</i> ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА	271

УДК 004:656

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Абузярова Л. Д.

*Научный руководитель: Ветрова Т. А., ассистент
Автомобильно-дорожный институт*

ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет»

Аннотация. Произведен анализ уровня цифровизации транспортной системы Донецкой Народной Республики. Определено, что он является низким и выражается, в основном, в применении электронного документооборота. Также, выявлены предпосылки и определены первоочередные направления цифровизации транспортного комплекса Республики.

Ключевые слова: цифровизация транспорта, информационные технологии, интеллектуальная транспортная система.

В современных условиях транспорт является одной из важнейших составляющих развития производственных мощностей и экономики Донецкой Народной Республики. В условиях глобализации экономики необходимость развития транспортного потенциала Республики бесспорна. Экономическая роль транспорта состоит в том, что он является основным звеном любого производства. Транспорт – одна из важнейших отраслей экономики. Он обеспечивает производственные связи промышленности и сельского хозяйства, осуществляет перевозки грузов и пассажиров, является основой географического развития труда. Обмен и структура транспортных перевозок отражают уровень и структуру экономики, а география транспортной сети и грузопотоков – размещение производительных сил. В конечном итоге транспорт – это кровеносная система государства. Без транспорта немислимо освоение новых районов и природных богатств [1].

Цифровизация – это концепция внедрения современных цифровых технологий и сервисов в различные сферы жизни, в том числе, и на транспорте. Данная концепция широко внедряется во всех развитых странах. Компьютеры и интернет являются инструментами, позволяющими упростить и даже автоматизировать некоторые процессы, но они никак не ведут к цифровым преобразованиям сами по себе без определенных цифровых технологий.

Цель цифровизации транспорта – изменение всех бизнес-процессов и бизнес-модели в экономике, включая элементы автоматизации и модернизации производственных процессов [2].

Основные проблемы, с которыми сталкиваются перевозчики в процессе оказания транспортных услуг, связаны с управлением движением транспортных потоков, контролем работы подвижного состава, повышением качества транспортного обслуживания населения и вопросами безопасности перевозочного процесса. Многие из этих проблем могут быть решены путем внедрения системы мониторинга пассажирского транспорта, которая позволит диспетчерской службе автотранспортных предприятий отслеживать работу каждого автобуса на линии, а также контролировать расход топлива, технические параметры, безопасность пассажиров при помощи спутниковых систем слежения.

Цифровизация пассажирской транспортно-логистической системы может быть реализована на базе функционально и технологически интегрированной информационно-коммуникационной и аппаратной инфраструктуры на определённой

ограниченной территории, включающей искусственный интеллект и следующие компоненты, представленные на рисунке 1 [3].



Рисунок 1 – Компоненты цифровой пассажирской транспортно-логистической системы

В настоящее время практически все развитые страны мира с целью решения наиболее актуальных проблем транспортных систем и повышения мобильности проводят исследования и активно внедряют разработки из области автоматизированных интеллектуальных транспортных систем.

Интеллектуальная транспортная система (ИТС, англ. Intelligent Transport Systems) – это такая интеллектуальная система, которая использует инновационные разработки в моделировании транспортных систем и регулировании транспортных потоков, предоставляющая конечным потребителям большую информативность и безопасность, а также качественно повышающая уровень взаимодействия участников движения по сравнению с обычными транспортными системами.

Интеллектуальные транспортные системы представляют собой целый комплекс функционального оборудования (табл. 1) и выполняют сбор информации с помощью составляющих подсистем радионавигации и телематики, обрабатывают данные, проводят их анализ, вырабатывают альтернативные решения для принятия обоснованных решений[4].

На данный момент уровень цифровизации транспортной системы в Республике низкий. С ноября этого года цифровизация в ДНР только начинает внедряться. В первую очередь создаётся электронный документооборот, который упростит некоторые задачи.

Предполагаем, что после решения вопроса общенациональной безопасности, остро встанут вопросы безопасности дорожного движения, совершенствования системы перевозок, координации участников транспортного процесса и т.д. В таблице 1 представлены наиболее распространенные и перспективные направления совершенствования транспортной системы.

Таблица 1

Элементы интеллектуальных транспортных систем

Элемент	Описание
Информационные табло	Это основное средство информирования водителей о ситуации на дорогах. На табло может выводиться различная информация: загрузка участков дороги, наличие ДТП на маршруте, количество общественного транспорта, состояние дорог и т.д.
Электронные средства оплаты проезда	Приемно-передающие устройства, которые позволяют безостановочно двигаться через платные пропускные пункты. Они устанавливаются на лобовое стекло авто, имеют уникальные лицевые счета и идентификационные номера. Чтобы заплатить за проезд, водителю достаточно сбросить скорость до 30 км/ч и деньги автоматически спишутся со счета.
Автоматизированное управление освещением	Система дает возможность полностью автоматизировать уличное и дорожное освещение, способна самостоятельно принимать решение о необходимости включения или выключения света в соответствии с ситуацией на дороге, временем суток и других факторов. Система работает по заложенному алгоритму, получая информацию с различных датчиков, фиксирующих загрузку и освещенность зоны дороги.
Умные светофоры	Локальный-устройство работает по заложенной схеме. Координированный-устройство работает синхронно, пропускает определенное количество автомобилей, что способствует поддержанию интенсивного движения на участке. Адаптивный-устройство работает самостоятельно и автоматически принимает решения на основе поступающих данных о дорожной ситуации.
Паркоматы	Устройства, которые располагают в местах автоматизированной платной парковки. С их помощью автомобилист может самостоятельно осуществлять оплату парковки в соответствии с заданными тарифами. Приборы не только упрощают жизнь водителям, но и делают парковку более экономичной из-за снижения затрат на сотрудников.
Детекторы транспортного потока	Прибор фиксирует факт прохождения или присутствия транспортного средства в контролируемой зоне, вырабатывает первичный сигнал, который впоследствии усиливается, обрабатывается и преобразуется в удобный для регистрации вид. Существуют несколько типов детекторов, различающихся по принципу действия чувствительных элементов: контактные, электромагнитные, детекторы излучения.
Дорожные видеокамеры	Камеры высокого разрешения, которые позволяют эффективно следить за дорожным потоком, выделять и трассировать движущиеся объекты, выполняют захват кадров с государственными регистрационными знаками транспортных средств, а также распознают буквенно-символьные изображения на номерах
Средства автоматической фиксации нарушений	Предназначен не только для фиксации нарушений ПДД, сколько для предотвращения таких нарушений и ДТП. Камеры способны зафиксировать любое нарушение правил и сделать наказание за создание опасной ситуации на дороге обязательным, благодаря чему автомобилисты будут более ответственно соблюдать ПДД.

Описанные ранее элементы ИТС можно внедрить на базе единого центра управления интеллектуальных транспортных систем в городах ДНР, куда будут в онлайн-режиме передаваться данные с детекторов мониторинга транспортных потоков и дорожная обстановка с фото- и видеокамер. Система также должна фиксировать скорость потока, количество автомобилей и общественного транспорта, метеоусловия и состояние трассы. В случае ДТП система должна предупреждать о затруднениях на дороге и подсказывать объездные пути. Сигналы светофоров должны меняться в зависимости от загруженности соседних перекрестков. При действии описанной системы появится возможность координировать потоки в случае заторов, отменять непопулярные маршруты и назначать новые [5].

Наиболее перспективным в транспортной отрасли, по мнению авторов статьи «Цифровая трансформация отраслей: стартовые условия и приоритеты», станет развитие мультимодального, подключенного, автоматизированного, безопасного, более экологичного и, в конечном счете, – беспилотного транспорта.

Первым и необходимым шагом на этом пути является переход на безбумажный документооборот. «Транспортные (перевозочные) документы, форматы и требования к ним существенно различаются в силу разного регулирования, тарифной политики и иных аспектов развития отдельных видов транспорта. Их синхронизация и перевод в электронный

вид позволят многократно ускорить процессы обработки, регистрации, контроля и прослеживаемости грузов», – говорится в докладе.

Основой для развития мультимодального транспорта должны стать интеллектуальные транспортные системы, которые обеспечат взаимодействие дорожного полотна, объектов инфраструктуры (светофоров, видеокамер, систем освещения и др.), транспортных средств, приложений для оперативного управления дорожным движением и т.п. Ключевой тренд – создание беспилотного транспорта на базе технологий искусственного интеллекта, появление умных дорог, развитие технологий коммуникации машин между собой и с дорожной инфраструктурой [6].

Проведенный анализ состояния цифровизации транспортной системы Донецкой Народной Республики в сфере автомобильного транспорта позволил выявить предпосылки и направления ее совершенствования.

Развитие информационных технологий в сфере пассажирского транспорта позволит обеспечить повышение комфорта и снижения затрат для операторов и пользователей пассажирских транспортных услуг, добиться максимальной автоматизации работы для персонала, создать условия для переноса со специализированных аппаратных решений на массовые информационно-коммуникационные сервисы.

В долгосрочном планировании транспортной деятельности, с учетом того, что экономика ДНР запущена лишь на 50 %, существующий транспортный механизм не сможет удовлетворить возрастающие объемы спроса, что негативно скажется на экономическом развитии Республики в целом. Транспортная система имеет сложную и разветвленную структуру, каждая часть которой должна быть неотъемлемо связана и взаимозависима, так как работа каждой части влияет на эффективность функционирования всей системы в целом. Для достижения эффективной работы транспортной системы необходимо нацеливаться на солидарное управление, в котором все объекты управления будут функционировать единым механизмом для достижения индивидуальных целей и целей эффективного развития экономики и повышения качества жизни населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сидоренко К. И. Направления совершенствования транспортной системы Донецкой Народной Республики // Вестник института экономических исследований – 2020. – №1(17). – С. 130-138.
2. Лучко М.И. Система учета пассажиропотока на основе технологии стереоскопического видения / М.И. Лучко, А.А. Королёва // Современные технологии и перспективы развития наземных транспортно-технологических средств: Сборник материалов Межд. научно-практ. конф., – 2020. – С. 55-58.
3. Раззаков М.И. Применение информационной логистики на общественном транспорте // Сборник научных трудов VI Межд. научно-практ. конф., – 2021. – С. 30-32.
4. Володина Е.Е. Анализ развития интеллектуальных транспортных систем / Е.Е. Володина, Е.Е. Девяткин, Т.А. Суходольская // Экономика и качество систем связи – 2017. – №3 – С. 40-46.
5. Скалозуб В.В. Прикладной системный анализ интеллектуальных систем транспорта: пособие / В. В. Скалозуб, В.М. Ильман. – Д.: Изд-во Днепропетр. нац. ун-та ж.-д. трансп. им. акад. В. Лазаряна, 2013. – 221 с.

DIGITALIZATION OF THE TRANSPORT COMPLEX DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

Annotation. The level of digitalization of the transport system of the Donetsk People's Republic was analyzed. It is determined that it is low and is expressed mainly in the use of electronic document management. Also, the prerequisites and the priority directions for the digitalization of the transport complex of the Republic were identified.

Keywords: digitalization of transport, information technology, intelligent transport system.

Abuzyarova L. D.

email: abuzyarovaliana02@mail.ru

scientific adviser Vetrova T. A., assistant

УДК 004.738

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ – ТЕНДЕНЦИЯ, СОСТОЯНИЕ

Агамерьянц А.А.

*Научный руководитель: Петенко И.В., д-р экон.наук, профессор
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе рассмотрены основные понятия цифрового маркетинга, его истоки. Дано определение цифровому маркетингу, описаны основные инструменты, а также его виды, которые чаще всего применяются в последнем десятилетии.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, интернет, телевидение, диджитал, контент.

За последнее десятилетие число пользователей Интернета росло экспоненциально. Учитывая это, для бренда это очевидное место для рекламы и создания онлайн-присутствия. Будь то веб-сайт, канал на YouTube, блог или профиль в социальных сетях, все больше и больше потребителей при поиске товара или услуги обращают внимание на онлайн-платформы.

Любой маркетинг, который использует электронные устройства и может применяться специалистами по маркетингу для передачи рекламных сообщений и измерения их воздействия на протяжении всего пути клиента. На практике цифровой маркетинг обычно относится к маркетинговым кампаниям, которые появляются на компьютере, телефоне, планшете или другом устройстве. Он может принимать различные формы, включая онлайн-видео, дисплейную рекламу, маркетинг в поисковых системах, платную социальную рекламу и посты в социальных сетях. Цифровой маркетинг часто сравнивают с традиционным маркетингом, таким как реклама в журналах, рекламные щиты и прямая почтовая рассылка [1].

Цифровой маркетинг — это направление маркетинга, которое подразумевает продвижение услуг и товаров с помощью цифровых технологий, применяемых на всех этапах взаимодействия с потребителями. От интернет-маркетинга он отличается тем, что использует не только Всемирную паутину, но и офлайн-инструменты (smart-гаджеты, POS-терминалы и др.).

Цифровой маркетинг важен для онлайн-компаний и обычных магазинов, поскольку позволяет повысить узнаваемость бренда и предложить круглосуточный канал продаж в Интернете. Помимо того, что он отлично подходит для создания идентичности бренда, цифровой маркетинг также помогает максимизировать конверсию клиентов, добавить характер и модернизировать бизнес, а также увеличить доход. Цифровой маркетинг приносит пользу компаниям, которые хотят выйти за рамки традиционных рекламных каналов. Независимо от нахождения, они могут общаться с клиентами по всему миру через различные каналы цифрового маркетинга, такие как социальные сети, электронная почта, поисковые системы и потоковые платформы.

Несмотря на многочисленные изменения, которые мы наблюдаем в мире, компании по-прежнему хотят одного и того же: привлечь новых потребителей. В наши дни большинство людей тратят свое время на электронику, будь то ноутбук, смартфон, планшет, компьютер, игровая приставка и т.д., что и представляет собой каналы распространения цифрового маркетинга:

Интернет. Данный канал предусматривает использование любых устройств, которые имеют выход в глобальную сеть: ноутбуков, планшетов, ПК, смартфонов и др.

В рамках диджитал-маркетинга в Интернете размещают рекламу (поисковую, контекстную, баннерную, тизерную и т. п.), создают разноплановый контент для пассивного или вирусного продвижения (видеоролики, текстовые статьи и др.), занимаются продвижением товаров и услуг в социальных сетях, публикуют экспертные мнения, выполняют поисковую оптимизацию сайта [2].

Цифровое телевидение. Постепенно оно вытесняет аналоговое ТВ с рынка и все больше интегрируется с глобальной сетью. Наиболее распространенным форматом digital-маркетинга по каналу цифрового телевидения является создание коротких видеороликов, транслируемых во время рекламных пауз. В некоторых случаях также практикуют бегущие строки и прочие возможности.

Локальные сети. К таковым относятся различные местные «объединения» компьютеров. Это могут быть корпоративные сети в рамках одного офиса, локальные сети в отдельных домах, городских районах и т. п. Через данный канал обычно распространяют рекламу товаров и услуг, направленных на аудиторию с четкой географической привязкой.

Мобильные гаджеты. Это сотовые телефоны, смартфоны. Самым распространенным способом продвижения через мобильные устройства является рассылка СМС-сообщений с рекламным предложением. Она может выполняться как по клиентской базе (т. е. на номера людей, которые уже пользовались услугами или покупали товар у этой компании), так и по независимым подборкам телефонов. Через канал мобильных гаджетов можно задействовать и другие инструменты, например WOW-звонки, брендированные предложения, размещение рекламы в сторонних программах.

«Умные» гаджеты. К таковым принадлежат разноплановые smart-устройства: часы, весы, фитнес-браслеты и др., имеющие WI-FI-подключение к интернету. Для продвижения можно применять брендированность приложений и прочие инструменты [3].

Интерактивные дисплеи. Они могут быть установлены в магазинных примерочных, кафе и ресторанах, на POS-терминалах, зарядных аппаратах и т. п. К интерактивным дисплеям также принадлежат цифровые баннеры, устанавливаемые в рекламных целях. Через этот канал распространяют преимущественно видеоролики. Активно используются также и всплывающие рекламные окна.

Digital-art. Данный канал подразумевает использование любых произведений искусства, которые можно транслировать или создавать посредством современных цифровых технологий. Это могут быть графика, электронная музыка, игры и т. п. Основным способом продвижения с помощью Digital-art является брендирование произведений.

Социальные сети. Они используются для запуска вирусной рекламы, «независимых» мнений и публикаций, обсуждений, создания и ведения тематических групп. В социальных сетях также может транслироваться контекстная или баннерная реклама.

Не включив цифровой маркетинг в свою стратегию, компании бы упускали значительную часть своего рынка, поскольку клиенты уходят от бумажных носителей информации на интернет-пространство.

Существуют различные виды цифрового маркетинга в офлайне:

Радиомаркетинг - Более 100 лет назад мир был потрясен, когда из метрополитена впервые в истории прозвучала радиопередача. Сейчас, спустя столетие и сотни тысяч радиочасов, радио по-прежнему актуально в обществе. В то время как некоторые слушатели перешли на интернет, другие по-прежнему слушают радио на традиционных устройствах.

Тем, кто задается вопросом, стоит ли по-прежнему направлять свой маркетинговый бюджет на радио, следует знать, что около половины населения слушают интернет-радио хотя бы раз в месяц.

Телевизионный маркетинг – в качестве последнего вида офлайн-цифрового маркетинга мы не можем забыть о надежном телевидении. Справедливо утверждать, что Netflix и YouTube способствовали упадку прямого эфира, но это не значит, что он совершенно бесполезен. По данным Statistica, средний американец по-прежнему тратит на просмотр телевизора около четырех часов в день.

К сожалению, недостатком телевизионной рекламы является то, что она не является адресной. Во время одной рекламы 35 000 человек могли посмотреть ее, но заинтересовались только 14. Хотя это и драматический пример, он, возможно, не соответствует тем инструментам, которые мы имеем в наши дни для целевого воздействия на конкретную аудиторию [4].

Также существует цифровой маркетинг в интернете.

SEO (Search Engine Optimization) - как следует из названия, это процесс улучшения (оптимизации) веб-сайта для того, чтобы он занимал более высокие позиции в поисковых системах, таких как Google. С помощью SEO можно оптимизировать содержание конкретной веб-страницы, чтобы обеспечить ее появление на первых нескольких страницах по важным поисковым запросам.

В наши дни это лучшая форма органического трафика, которую может получить ваш сайт. Как только ссылка попадает на первую страницу, вам нужно просто поддерживать эту позицию, и люди будут постоянно находить ваши услуги.

Маркетинг в социальных сетях – если компания повысить узнаваемость бренда, заявить о себе как о лидере рынка, привлечь потенциальных клиентов и общаться с ними, необходимо использовать эти платформы.

Партнерский маркетинг – это тот маркетинг, который продолжает расти даже в 2023 году, предполагает получение комиссионных за рекламу товаров на своих каналах YouTube, блогах или профилях в социальных сетях. Если компания хочет повысить осведомленность, то она может убедить кого-либо в своей нише продавать ваши продукты от вашего имени.

Контент-маркетинг - в прошлом создание веб-сайта сводилось к тому, чтобы вывести название бренда в свет и сделать все возможное, чтобы вызвать интерес.

Маркетинг PPC (Pay-Per-Click) - благодаря таким платформам, как Google AdWords, следующее решение цифрового маркетинга в Интернете позволяет веб-сайтам платить за появление в спонсируемых сообщениях почты, рекламных объявлениях ВК и продвигаемых постах Телеграмм. После установления цены, которую компания готова заплатить за появление, ваше объявление будет показано пользователям Интернета, и это отличный способ нацелиться на тех, кто проявляет интерес к этой области.

Email-маркетинг - наконец, email-маркетинг все еще жив; на самом деле, похоже, что он возвращается в 2023 году. Типичные «продажные» электронные письма, возможно, уже не работают, но электронные письма по-прежнему отлично подходят для рекламных акций, последующих сообщений, информационных бюллетеней на основе подписки, предстоящих продаж, интересного контента и многого другого.

QR-код (сокращение от Quick Response Code, «код быстрого реагирования») – это тип матричного штрих-кода, который может быть прочитан смартфоном. Для этого нужно просто отсканировать его с помощью сканера QR-кода (или камеры). После

сканирования информация переводится, и пользователь может совершить предложенное действие: перейти на сайт, посмотреть видео, заполнить форум и так далее.

Таргетинговая реклама нацеливание рекламы или контента на определенную аудиторию на основе определенных демографических, психографических или географических данных, чтобы получить более релевантный трафик. Таргетированная реклама может настраиваться с помощью Google Ads, Яндекс.Директа, а также на рекламных платформах социальных сетей.

Цифровой маркетинг может работать для любого бизнеса и не ограничен нишей или размером. Главная цель цифрового маркетинга — понять потребности и требования потребителей и предоставить им качественный и актуальный контент. Цифровой маркетинг также работает и для бизнеса:

Цифровой маркетинг B2B. Маркетинговая программа, которой придерживается большинство компаний B2B, фокусируется на логике и особенностях продукта. Эмоции практически не влияют на решения о покупке этих предприятий. Проще говоря, цифровой маркетинг B2B не полагается на продвижение продукта и фокусируется на том, как его использует бизнес.

Цифровой маркетинг B2C. Это выгодное направление для цифрового маркетинга, поскольку оно больше фокусируется на преимуществах продукта. Поскольку на решения о покупке влияют эмоции, а не просто покупка продукта, предприятия B2C используют различные форумы для повышения узнаваемости бренда и продвижения бизнеса для увеличения продаж. Это связано с тем, что потребители больше не хотят просто знать преимущества бренда. Вместо этого они хотят, чтобы бренд описывал, какую пользу принесет им продукт.

Выводы. Таким образом, можно подвести итоги, что любой коммерческий или социальный проект в сети нуждается в популяризации для чего, собственно, и применяют интернет-маркетинг. Цифровой маркетинг – это целенаправленная работа по продвижению товаров и услуг для привлечения внимания как можно большего числа пользователей. Для этого используют специальные интернет-технологии, маркетинговые инструменты и приемы. Основная задача заключается в том, чтобы максимально расширить поток целевого трафика и получить больше конверсий с сайта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сребник, Б.В. Маркетинг / Б.В. Сребник. – М.: Высшая школа, 2020. – 360 с.
2. Котлер 10 смертных грехов маркетинга. Важнейшие заповеди успеха на современном рынке / Котлер, Филип. – М.: СПб: Нева, 2021. – 160 с.
3. Годин Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя / Годин, Сет. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2020. – 246 с
4. Гембл Маркетинг взаимоотношений с потребителями / Гембл и др. – М.: ФАИР-Пресс, 2020. – 512 с.

DIGITAL MARKETING - TREND, STATE OF THE ART

Annotation. The paper discusses the basic concepts of digital marketing, its origins. The definition of digital marketing is given, the main tools are described, as well as its types, which are most often used in the last decade.

Keywords: digital marketing, Internet, television, digital, content.

Agameryants A.A.

Scientific adviser: Supervisor: Petenko I.V., Doctor of Economics, Professor
Donetsk National University

E-mail: anna.agameryants@mail.ru

УДК 331.5-053.6

**ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА И КОНТРОЛЯ
ДВИЖЕНИЯ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ ГОРНОДОБЫВАЮЩИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ЮГМК» ФИЛИАЛ
«КОМСОМОЛЬСКОЕ РУДОУПРАВЛЕНИЕ»)**

Бондаренко А. П.

*Научный руководитель: Попова Н.И., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе в контексте ресурсосбережения обоснована необходимость усиления информационной и контрольной функции учета движения готовой продукции горнодобывающих предприятий. Исследованием информационных запросов управления выявлены проблемы, требующие ориентации учёта и контроля на минимизацию затрат и бизнес-рисков. Для организационно-методического обеспечения учёта и контроля движения известняка рекомендованы меры по совершенствованию учетной политики, для технического обеспечения – использование программного обеспечения, адаптированного под технологические процессы. Для отлаживания оперативного учёта и контроля добычи известняка рекомендовано внедрение навигационной системы, обоснованы ее возможности и целесообразность.

Ключевые слова: готовая продукция, горнодобывающие предприятия, учет, автоматизация, программное обеспечение, навигационные системы.

Проблемы учета и контроля движения готовой продукции являются объектом особого внимания как в теоретико-исследовательском аспекте, так и в практическом, поскольку готовая продукция в сфере материального производства, в том числе на горнодобывающих предприятиях, является неотъемлемым элементом бизнес-процессов.

Проблемам учета, контроля и анализа движения готовой продукции горнодобывающих предприятий посвятили научные труды Н. С. Аринушкин, Л.М.Бурмистрова, Н. А. И. Крейбиг, М. У. Попов и др.

Исследование показало, что горнодобывающие предприятия являются основой сырьевой и топливной базы современной индустрии. С развитием новых отраслей и сфер хозяйствования значение горнодобывающих предприятий ещё более возрастает. В полной мере это относится и к деятельности филиала «Комсомольское рудоуправление» ООО «ЮГМК», являющегося мощным механизированным производством по добыче и переработке флюсовых известняков. Предприятие обеспечивает своей товарной продукцией металлургические и машиностроительные заводы Донецкой Народной Республики, России, производит и поставляет известняк для сахарной и химической промышленности [3]. Из отходов производства флюсовых известняков, а также путем переработки некондиционного сырья, которое добывается попутно, предприятие производит строительный щебень и строительные карбонатные породы. В настоящее время предприятие выпускает для нужд вышечисленных отраслей известняки фракций 3-25 мм, 20-60 мм, 20-80 мм, 60-120 мм, 40-80 мм [3].

Проведенное в контексте ресурсосбережения исследование учётных проблем удовлетворения информационных запросов, связанных с управлением запасами горнодобывающих предприятий и Комсомольского рудоуправления, в частности, позволило выявить следующие основные проблемы:

1. отсутствие регулярного внутреннего контроля добычи и обогащения и хранения известняка;
2. несовершенство управления складскими запасами известняка;
3. сбои в организации отгрузки и взаимодействии с покупателями готовой продукции;

4. недостаточный контроль выполнения договорных отношений, включая контроль качества и объема реализации готовой продукции по каждому покупателю [1].

Считаем, что во многом возникающие проблемы связаны с несовершенством сформированной учетной политики, элементами которой на исследуемом предприятии являются выбор учетной цены готовой продукции, способы ее оценки, порядок учетного отражения и контроля, порядок формирования резервов под снижение стоимости готовой продукции.

Что касается важности и значимости контроля движения готовой продукции, его содержания и методов, то укрепление контрольной функции учёта, на наш взгляд, должно осуществляться с ориентацией на рекомендации Альберхта Дайле о том, что внутренний контроль – «это процесс управления данными субъектов компании, для достижения поставленных целей с минимальными затратами, предупреждение искажений и рисков в процессе деятельности организации» [4].

Сообразно этому считаем, что для своевременного и эффективного контроля движения готовой продукции Комсомольского рудоуправления в контексте реализации идей ресурсосбережения необходимо закрепить в учетной политике предприятия методы внутреннего контроля; организационно обеспечить формирование служб внутреннего контроля; усовершенствовать методику проведения контроля, учитывая организационно-правовые формы предприятия; организовать надлежащее управление органами внутреннего контроля; обеспечить постоянную профессиональную подготовку специалистов, осуществляющих контроль.

Актуальной в этом контексте является проблема исследования возможностей программного обеспечения для автоматизации учета и контроля движения готовой продукции, создания внутренней сети соединенных между собой автоматизированных рабочих мест для принятия на основании обработанной информации эффективных управленческих решений.

Решение этих проблем, по нашему представлению, следует связывать с выбором такого программного обеспечения, которое опиралось бы на системную комплексную оценку. В частности, в Комсомольском рудоуправлении разработано собственное программное обеспечение «Collage». Программное обеспечение «Collage» позволяет в онлайн режиме контролировать технологический процесс, видеть текущие данные по цехам, производить расчёты за необходимые периоды (для добычи сырого известняка и его обогащения), вести учёт готовой продукции и её реализации. IT-инженерами разработана и смонтирована компьютерная локальная система, адаптированная к особенностям технологического процесса производства, характерного для Комсомольского рудоуправления. Данная система соединила цеха, которые расположены на большой площади, с основным сервером, что в свою очередь позволило ускорить организационно-информационные процессы.

Вместе с тем, актуальной проблемой для горнодобывающих предприятий, и для Комсомольского рудоуправления, в частности, остается управление складскими запасами добытого полезного ископаемого. Исследование показало, что управлять движением известняка целесообразно с применением новых инновационных подходов и технологий. В этой части подчеркнём, что современное программное обеспечение необходимо не только для бухгалтерского учета готовой продукции, но и для оперативного учёта ее добычи и хранения. Для отлаживания оперативного учёта и контроля добычи сырого известняка на горнодобывающих предприятиях верным решением стало бы внедрение навигационной системы.

В настоящее время для обозначения навигационных систем используется общепринятая аббревиатура GPS (Global Positioning System, – система глобального позиционирования). В настоящее время таких действующих систем в мире две, –

российская ГЛОНАСС (Глобальная Навигационная Спутниковая Система) и американская Navstar, которую зачастую называют просто GPS.

Заметим, что широкое распространение в мире получили системы автоматического определения координат движущихся объектов на основе GPS или системы GPS/AVL (Automatic Vehicle Location). С их помощью на современном уровне решаются задачи диспетчеризации транспортного парка. Каждый автомобиль, перевозящий добытый известняк (технологический транспорт /БелАЗ/), оснащается GPS-приемником и радиосвязным оборудованием, обеспечивающим передачу информации на диспетчерский пункт. На экране монитора диспетчера с использованием программного обеспечения ГИС формируется электронная карта территории, которая обслуживается транспортными средствами. Данные о координатах и скорости движения автомобилей, полученные по радиоканалу, позволяют отобразить их текущее положение на этой карте. Помимо координатной информации по радиосвязной линии могут передаваться сигналы различных датчиков, установленных на автомобиле, и другая информация.

В целом, такие системы для Комсомольского рудоуправления привлекательны следующими своими возможностями:

1. диспетчер отслеживает в реальном времени перемещение всех автомобилей, которые перевозят известняк;
2. на электронной карте выделяются зоны, при попадании автомобилей в которые, подается сигнал диспетчеру;
3. при отклонениях автомобилей от заданного маршрута у диспетчера срабатывает сигнализация;
4. с диспетчерского пульта контролируется состояние датчиков, установленных на каждой подвижной единице: топливных, температурных, несанкционированного вскрытия контейнеров, переворачивания автомобиля, массу перевозимого сырого известняка, расстояние, количество рейсов и др.

Оценив эти возможности, мы пришли к выводу о том, что система навигации позволит точно определять массу сырого известняка, транспортируемую с карьера на дробильно-обогажительные фабрики. При этом, если соединить навигационную систему с локальной системой Комсомольского рудоуправления, то данные по сырому известняку будут поступать автоматически и сразу же обрабатываться, что, в свою очередь, повысит эффективность работы горных диспетчеров, при этом упрощая её.

Вывод: проблемы ресурсосбережения и потребности управления бизнес-процессами современного горнодобывающего предприятия требует укрепления информационной и контрольной функции учета движения готовой продукции. Проведенное в контексте ресурсосбережения исследование учётных проблем удовлетворения информационных запросов, связанных с управлением запасами горнодобывающих предприятий, позволило выявить ряд проблем, решение которых, по мнению авторов, следует связывать с отлаживанием внутреннего контроля, его ориентацией на целеполагание минимизации затрат и бизнес-рисков деятельности исследуемого предприятия. Для эффективного контроля движения готовой продукции в контексте реализации идей ресурсосбережения предлагается закрепить в учетной политике исследуемого предприятия методы внутреннего контроля, предусмотрев создание службы внутреннего контроля и обеспечив профессиональную подготовку кадров, его осуществляющих. В целях совершенствования технического обеспечения учёта и контроля движения добытого известняка рекомендуется использование программного обеспечения, адаптированного под особенности технологического процесса исследуемого предприятия, создание внутренней сети автоматизированных рабочих мест. Для отлаживания оперативного учёта и контроля добычи сырого

известняка рекомендовано внедрение навигационной системы, обоснованы ее возможности и целесообразность. Внедрение указанных мер, по мнению авторов, повысит действенность информационной и контрольной функции учёта, повысит эффективность управления бизнес-процессами, укрепит экономический потенциал исследуемых предприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ежакова Н.В. Проблемы учета затрат на производство и выпуск готовой продукции / Н.В. Ежакова, Ю.Ю. Сусла // II научная конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» (Симферополь, 2016): Сборник тезисов участников: В 2 ч. Т. 5. – Симферополь, 2016. – С. 573–574.
2. Интернет-портал «Каталог организаций «List-Org»». Материал «Организация ООО «ЮГМК»» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.list-org.com/company/13566012>
3. Официальный сайт ООО «ЮГМК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://info.ygmk.ru/>
4. Дайле А. Практика контроллинга: Пер. с нем. / Под ред. и с предисл. М.Л. Лукашевича и Е.Н. Тихоненковой.-М.: Финансы и статистика, 2001. -336 с.

PROBLEMS OF IMPROVING ACCOUNTING AND CONTROL MOVEMENT OF FINISHED PRODUCTS OF MINING ENTERPRISES (ON THE EXAMPLE OF LLC «YUGMK» BRANCH OF KOMSOMOLSK MINING ADMINISTRATION)

Annotation. In the work, in the context of resource saving, the need to strengthen the information and control function of accounting for the movement of finished products of mining enterprises is substantiated. The study of management information requests identified problems that require the orientation of accounting and control to minimize costs and business risks. For the organizational and methodological support of the accounting and control of the movement of limestone, measures are recommended to improve the accounting policy, for technical support - the use of software adapted to technological processes. To debug operational accounting and control of limestone mining, the introduction of a navigation system is recommended, its capabilities and expediency are substantiated.
Keywords: finished products, mining enterprises, accounting, control, automation, software, navigation systems.

Bondarenko A.P.

Scientific adviser: Popova N.I. Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: alexandrabon3003@gmail.com

УДК [685.8+659.1+659.144.1+659.4] - 028.31 - 021.272

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Бочарова Е.М

*Научный руководитель: Кужелева А.А., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В данной работе рассматриваются виды рекламы и их характеристика. Также обращается внимание на грамотное создание рекламной работы, что может повлиять на восприятие человеком товаров или услуг. Определено почему реклама может стать главным двигателем прогресса в нашем современном обществе.

Ключевые слова: маркетинг, реклама, семиотика.

Реклама захватывает жизнь современных людей. Баннеры, постеры, листовки, реклама на ТВ, интернет-реклама – уже обыденность для людей XXI века. Многие потребители даже не замечают насколько сильно реклама влияет на их мировоззрение, восприятие различных товаров и услуг. Но факт остается фактом. Реклама стала частью нашей жизни, с её помощью мы узнаем вещи, о которых могли даже не догадываться. Целью работы является рассмотрение понятия, как «реклама» с последующим поределением уровня её влияния на потребителей. Основной проблемой данной темы является зависимость людей от рекламы и её важность в жизни потребителя.

Актуальность проблемы данного исследования заключается в том, что реклама, как отображение нынешней эпохи глобальных информационных технологий, приобретает все более специфические черты. Сегодня она представляет собой целую отрасль деятельности, результаты которой оказывают влияние практически на все сферы жизни человеческого общества. В связи с этим одной из основных проблем психологии становится изучение психических процессов влияния рекламы на человека. Термин «реклама» происходит от латинского «*teclamare*», что означает откликаться, возражать, выкрикивать, выражать неудовольствие. Вот одно из самых распространенных определений рекламы:

Реклама - ответвление массовой коммуникации, в русле которого создаются и распространяются информационно-образные, экспрессивно субъективные тексты, адресованные группам людей с целью побудить их к определенному выбору или поступку [3].

В наши дни каждый продавец товара обеспокоен тем, чтобы максимально удовлетворить потребности покупателя. И реклама, как средство, предназначена для того, чтобы информировать различными способами о новых товарах или услугах и их потребительских свойствах [4]. Реклама предлагает товар покупателю. Порой реклама заставляет человека вспомнить определенную марку или наименование товара в момент выбора. Сначала покупатель размышляет из чего выбирать, а уж потом какой марке он желает отдать свое предпочтение определенному товару на полке [2].

Реклама - древняя процессия. Первые намёки на привычную нам рекламу. Одним из первых дошедших до нашего времени рекламных обращений считается египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба. Его текст гласил: «Он прекрасно слышит обоими ушами, видит обоими глазами. Гарантирую его умеренность в пище, честность, покорность» [1].

Это была примитивная реклама, один из самых простых её вариантов, но уже имелось много схожих черт с современным понятием. Современные исследователи также считают одним из древнейших рекламных текстов высеченную на камне надпись, найденную в развалинах древнейшего города Мемфиса: «Я, Рино с острова Крит, по воле богов толкую сновидения». Гораздо более распространенными были надписи, начертанные или начерченные краской на стенах. У исследователей античности эти тексты именуется граффити [5].

В Древней Греции и Риме рекламные объявления писали на деревянных досках, гравировали на меди или кости, громко зачитывали на площадях и других местах скопления народа. Дошедшие до наших дней памятники письменной истории свидетельствуют, что в Древнем Риме стены расписывались объявлениями о гладиаторских боях, продаже рабов, домашних животных и т. д. [6]. Рекламные объявления помещались на специально выстроенных по-беленных стенах - «амбусах», на стенах жилых домов, что вызывало протесты жителей этих домов. Городские власти Рима пытались помешать такому размещению рекламы, в связи с чем один из указов гласил: «Запрещается писать здесь. Горе тому, чье имя будет упомянуто здесь. Да не будет ему удачи». Древнейший город Помпеи, сохранивший свой первоначальный облик благодаря затопившей его лаве (73 г. н. э.), донес до нас более полутора тысяч различных рекламных обращений, вполне схожих с современной рекламой. Свидетельство тому - обилие и разнообразие предметов рекламирования, богатство приемов и средств, свойственных античной рекламе. Предметы рекламирования охватывают все сферы жизнедеятельности - экономическую, политическую, зрелищную, межличностную рекламу, объявления о различных услугах и т. п. Важнейшим средством распространения информации и рекламы в древних государствах мира являлся так называемый институт глашатаев - один из древнейших установлений государственной власти. Эти должности были установлены в различных древних государствах. В Древней Греции глашатаи ходили по улицам с рекламными песнями [7].

Классификация рекламы может быть осуществлена по различным основаниям. В зависимости от целей, места и способов размещения, а так же от масштабности воздействия выделяют следующие виды рекламы (рис. 1).

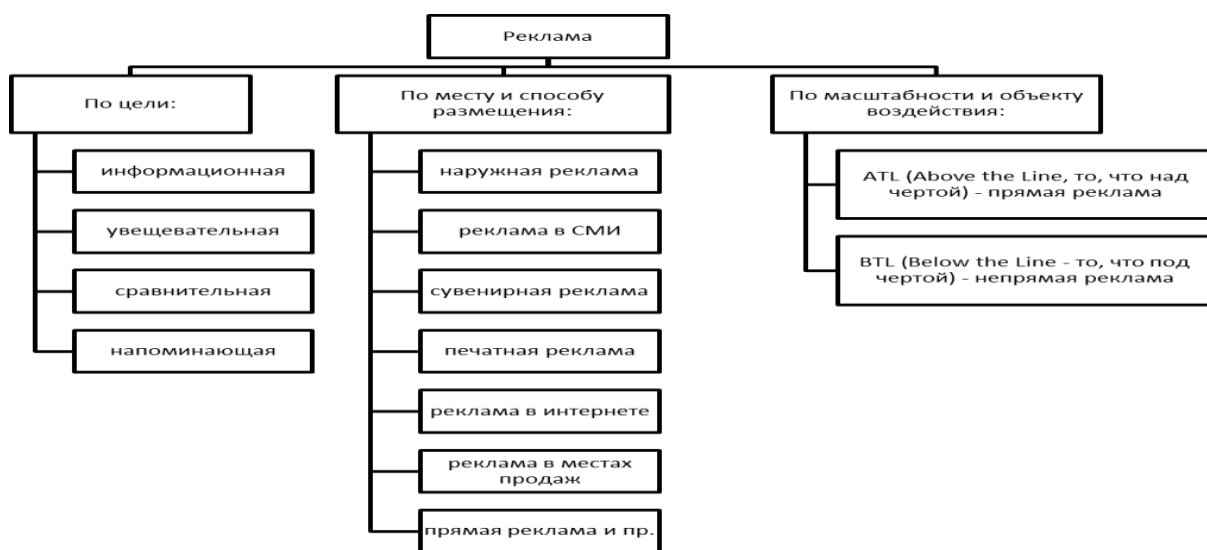


Рис. 1. Виды рекламы

Ни для кого не секрет, что реклама имеет огромное влияние над нашим сознанием. Но как же маркетологам удастся повернуть такое с людьми? Что нужно учитывать при создании рекламы? И, в целом, какие приёмы используются в рекламе для такого массового завлечения?

Для начала, рассмотрим такое понятие, как семиотика. Семиотика - это наука о знаках и знаковых системах, которая анализирует природу, свойства и функции знаков, классифицирует виды знаков, указывает пути их развития.

Главная задача семиотики - исследование знака как такового. Семиотика дает определение знака как такового, классифицирует знаки, группирует их по определенным критериям, приводит знаковые ситуации и случаи использования знаков. Любая знаковая система, имеющая целостное значение и связность, является текстом. Поэтому к текстам с точки зрения семиотики можно отнести картины, таблицы, ноты, ритуалы, кино и т. д. Из этого можно сделать вывод, что грамотный подбор текста, символики, картинок при создании рекламы, может играть решающую роль в процессе выбора того или иного продукта. Рекламуемый товар или услуга будут вызывать различные ассоциации у потребителя: от чувства уюта, до чувства ностальгии. Примером давления на чувство ностальгии может стать реклама мороженого «Чистая линия». В ней ни раз упоминается фраза: «Вкусно, как в детстве» [9].

В разных культурах даже основные цвета часто наделяются разными смыслами, что значительно усложняет задачу столь желанной унификации цветового оформления конкретной рекламной продукции. При продвижении товара в различные регионы, особенно при разработке упаковок, этикеток, необходимо находить компромиссные решения, адекватно воспринимаемые потребителями и приемлемые в максимально широком географическом пространстве. Оптимизация цветового представления товара - одна из серьезных проблем, возникающих при разработке, прежде всего, мегабрендов.

Специалисты исследовали влияние цвета на восприятие человека, ассоциации, вызываемые им в национальных средах разных стран.

Оказалось, например, что цвет означает или символизирует:

красный: в Америке - любовь, в Китае - доброту, праздник, удачу, в России - высокую активность, агрессию, борьбу, в Индии - жизнь;

желтый: в Америке - процветание, в России - солнечность и разлуку; в Сирии - траур, смерть, в Индии - великолепие, в Бразилии - отчаяние;

зеленый: в Америке - надежду, в Китае - роскошную жизнь, в Индии - мир и надежду;

голубой: в Америке - веру, в Индии - правдивость;

фиолетовый: в Индии - печаль и утешение, в Бразилии - печаль;

белый: в Америке - чистоту и мир, в Китае - подлость, опасность, траур; в Европе - молодость;

черный: в Америке - символизирует сложную, чрезвычайную ситуацию, в Китае - честность. [8]

Обычно рекомендуется применять в рекламных целях не более двух различных цветов, которые, однако, можно разнообразить за счет родственных им оттенков, поскольку такое родство создает ощущение цветовой последовательности и не раздражает зрения.

Освещение - это четвертое измерение архитектуры - является сильнейшим инструментом для создания желаемой атмосферы, и не только ее. Учитывая, что 80 %

информации, получаемой человеком, воспринимается им при помощи зрения, необходимо обеспечить обильное освещение объекта. Психологическое значение имеют: нужный оттенок освещения, источники освещения, распределение света в помещении. Оттенок освещения также имеет огромное значение, вызывая у человека различные настроения [9].

Воздействие определенных форм на человека было замечено еще в глубокой древности. Позднее специальными исследованиями было научно установлено, что форма, как и цвет, эмоционально воздействует на человека. Доказано, что форма экрана, на котором располагается объект, определенным образом организует процесс поиска на нем слабозаметных сигналов. Квадратная, прямоугольная, круглая, овальная, треугольная плоскости по-разному распределяют внимание зрителя. Простые геометрические формы быстрее воспринимаются зрителем и лучше запоминаются по сравнению со сложными неправильными формами. Исследованиями установлено, что даже непредметная форма может привлечь внимание и произвести сильное впечатление. Считается, что вертикальные или горизонтальные прямые линии ассоциируются со спокойствием, ясностью и даже солидарностью, а изогнутые - с изяществом и непринужденностью. Зигзагообразные линии передают впечатление резкого изменения, концентрации силы, быстрого высвобождения энергии.

Отнюдь не последнюю роль в формировании имиджа компании играет и звуко-музыкальная сторона. Звуковой образ компании, то, что специалисты называют аудиостилем, представляет собой реально существующее явление, и рекламные агентства или отделы крупных компаний так или иначе вынуждены заниматься его разработкой. Несмотря на то, что посредством слуха человек воспринимает всего около 20% поступающей к нему информации, звук - это именно тот фактор воздействия которого человек не может избежать. Так можно не смотреть на экран телевизора во время рекламной паузы или вообще уйти в другую комнату, но не возможно при этом не слышать звукового ряда (текстового или музыкального); либо во время презентации коктейля можно за деловой беседой проигнорировать фигуры из воздушных шариков на потолке или особенности сервировки стола, но невозможно избежать «ненавязчивого» музыкального фона. Построение музыкального ряда фирменных мероприятий (презентаций, праздников, деловых и научно-практических конференций, выставок и т. п.) - не менее важная и сложная задача, чем разработка аудиостиля в целом. К примеру, при необходимости подчеркнуть стабильность фирмы и престиж проводимого мероприятия обычно используется «классическая» музыка, так как классическое искусство является символом (и синонимом) крепких традиций, устойчивости, богатства и блеска [8].

Следовательно, реклама - это невероятное достижение человечества. В руках рекламщиков лежит весь мир, ведь именно они, зная определенные нюансы, могут управлять нашим сознанием, помогать принимать нам решения. Так как реклама - это огромная власть, то ей должны заниматься люди знающие, понимающие своё дело. Разработав правильную концепцию рекламирования, мы сможем изменить наш мир к лучшему. Ведь реклама - это не только «Покупайте наш стиральный порошок» или «Самое вкусное мороженое только у нас!», а ещё и различные социальные ролики, которые призывают людей к правильным поступкам - помощь окружающим, отказ от алкоголя или курения и т.д. Мы ничего не можем сделать с огромной силой рекламы, не

сможем заставить её влиять на нас меньше, но вот производители той самой рекламы вполне могут направлять её в нужное русло.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крылова, Г. Д. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: учеб. пособие для вузов / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 519 с.
2. Маркетинг : учеб. / Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ» ; [под ред. Уткина Э. А.]. - Москва : ЭКМОС, 2001. – 318 с.
3. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность: учеб. / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2002. - 364 с.
4. Коган, Е. Методы оценки эффективности РК / Е. Коган // Рекламные технологии. – 2002. - № 4. - С. 9-11.
5. История российской рекламы 1991-2000. Т.1 / В. Евстафьев, Е. Пасютина. - М. : Има-пресс, 2017. – 872 с.
6. Корнилов, Л. В. От глашатая до неона / Л. В. Корнилов, Н. Б. Фильчикова. - М. : Знание, 1978. – 126 с.
7. Белгородский, А. А. Манипулятивные методы в рекламе / А. А. Белгородский // Маркетинг в России и за рубежом. - 2005. - № 6. – С. 42-53.
8. Попова, Ж. Г. Психологические аспекты восприятия рекламы потребителем / Ж. Г. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2002. - № 5. - URL: <https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-5/08.shtml?ysclid=le7i0lr7p7317394160/>.

THE IMPACT OF ADVERTISING ON CONSUMER BEHAVIOR

Annotation. This paper discusses the types of advertising and their characteristics. Attention is also drawn to the competent creation of advertising work, which can affect a person's perception of goods or services. It is determined why advertising can become the main engine of progress in our modern society.

Keywords: marketing, advertising, semiotics.

Bocharova E. M.

Scientific supervisor: Kuzheleva A. A., Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: oksana.b.2004@mail.ru

УДК 338.242.2

ИССЛЕДОВАНИЕ АНТИКОРРУПЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ОРГАНАХ МВД РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН: ПРАВОВАЯ И ЦИФРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Васильева П. А.

*Научный руководитель: Данилина И.Н., канд. экон. наук, доцент
Университет управления «ТИСБИ», г. Казань*

Аннотация. В современных условиях особую актуальность приобретает решение задач, направленных на обеспечение национальной безопасности путем противодействия коррупции в органах Министерства внутренних дел Российской Федерации. В статье рассматриваются направления противодействия коррупции в Министерстве внутренних дел по Республике Татарстан. Подробно рассмотрены: нормативно-правовая база в области коррупции, план по противодействию коррупции МВД России, данные социологических опросов. Предложены мероприятия по предупреждению коррупционных нарушений в МВД по РТ. Для исследования были применены как общенаучные методы научного исследования, так и конкретно-научные: сравнение, анализ, аналогия, сбор статистических данных. Предмет исследования – антикоррупционные мероприятия в условиях развития цифровых технологий и их правовое обеспечение.

Ключевые слова: противодействие коррупции, МВД России, Министерство внутренних дел по Республике Татарстан, правоохранительные органы, цифровые ресурсы.

Современные реалии условий деятельности органов исполнительной власти, в особенности правоохранительных органов, демонстрируют особую актуальность теоретических исследований в области пресечения действий по собственному обогащению путем неправомерного исполнения должностных полномочий лиц, несущих государственную службу в сфере обеспечения национальной безопасности. Более того, эпоха цифровизации бросает новые вызовы по обеспечению эффективного противодействия коррупции в условиях широкой доступности электронных ресурсов.

Известно, что коррупция является системной проблемной, характерной для всего современного мира. Коррупция подрывает нормальную, эффективную деятельность всех сфер жизни, начиная от бытовой действительности и финансовой области, заканчивая национальной безопасностью. Так, одной из первостепенных задач по обеспечению национальной безопасности выступает деятельность, направленная на борьбу с проявлениями коррупции в правоохранительных органах, в частности – в органах Министерства внутренних дел России и его региональных ведомств. Именно поэтому важность и актуальность исследования объясняется необходимостью поиска общего и целостного подхода в правоохранительных органах к эффективной работе по профилактике и противодействию коррупции в условиях повсеместной цифровизации.

Научную новизну исследования составляет мало изученный ранее объект исследования – Министерство внутренних дел по Республике Татарстан (далее – МВД по РТ), а также предложения по перспективам развития правового обеспечения национальной безопасности в области противодействия коррупции с помощью цифровых ресурсов в МВД по РТ.

Очевидно, что наличие факта коррупции в правоохранительных органах ставит под угрозу национальную безопасность, в том числе финансовую и моральную её составляющие. Это приводит к отсутствию доверия к государственным институтам граждан и их ошибочному мнению, что многие правовые вопросы можно решить только незаконным способом, а именно – использованием факта коррупции. Исходя из этого можно определить центральное место правоохранительных органов Российской Федерации в исполнении антикоррупционного законодательства путем проведения ими

деятельности по противодействию коррупции, в том числе с помощью цифровых методов. Проведение и популяризация исследований в данной области позволит поднять уровень доверия граждан к системе правоохранительных органов РФ, снизить социальную напряженность в обществе и общественное сознание в целом.

Органы внутренних дел призваны выполнять важнейшую составляющую выполняемой государством правоохранительной функции – обеспечивать охрану общественного порядка и безопасность. Для реализации данной функции государство создает и обеспечивает деятельность целого спектра специальных органов, объединенных целью их деятельности – органы по обеспечению охраны правопорядка и безопасности. В число таких уполномоченных учреждений включено Министерство внутренних дел РФ, в том числе – Министерство внутренних дел по Республике Татарстан.

Министерство внутренних дел по РТ является территориальным органом Министерства внутренних дел России на уровне субъекта, подчиняется в своей деятельности МВД России и осуществляет свою деятельность в республике непосредственно, имея фактическое местоположение на территории республики. МВД по РТ входит в состав органов внутренних дел Российской Федерации. [4] Министерство ведет свою работу открыто для общества и публично, а также ведет активную общественную деятельность по важнейшим социальным направлениям, в том числе - по противодействию коррупции.

Законодательно понятие коррупции закреплено в Федеральном Законе Российской Федерации «О противодействии коррупции»: коррупция – это злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами.

Также в законе отражено ёмкое понятие противодействия коррупции. Ею признается деятельность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, институтов гражданского общества, организаций и физических лиц в пределах их полномочий. Полномочия перечисленных субъектов противодействия коррупции приведем в рисунке 1. [2]

Определения антикоррупционного законодательства позволяют определить, что коррупция в сфере правоохранительных органов проявляется в неправомерном использовании должностным лицом своих полномочий, направленном на собственное как материальное, так и нематериальное обогащение.

Существование коррупции объясняется множеством причин, о чем часто свидетельствуют результаты социологических исследований, которые ежегодно проводятся Министерством внутренних дел по Республике Татарстан с использованием цифровых сервисов. Граждане Республики Татарстан, отвечавшие на вопросы в онлайн-формате, считают, что основной причиной происхождения коррупции в республике в течение нескольких лет остается недостаточно требовательный и притязательный контроль за деятельностью чиновников, в частности – за их доходами и расходами. Такая тенденция среди респондентов сохраняется на протяжении пяти лет в период с 2017 по 2021 г.г. Также социологические опросы свидетельствуют о других причинах коррупции в республике: низкая оплата труда работников бюджетной сферы, низкий уровень правовой культуры у населения, отсутствие общественного контроля, менталитет и др. [3] Так, использование онлайн-сервисов позволяет объективно и в

достаточно полном формате оценить состояние коррупции в республике, а также внести в список респондентов большее количество граждан.



Рис. 1. Должностные функции субъектов в сфере противодействия коррупции

Система Министерства внутренних дел по РТ имеет целый ряд нормативно-правовых актов, регулирующих сферу его деятельности в области противодействия коррупции. Отметим наиболее важные из них (рис.2).

Федеральные законы	Указы Президента РФ	Ведомственные нормативно-правовые акты
<ul style="list-style-type: none"> • Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ "О противодействии коррупции" • Федеральный закон от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ "О государственной гражданской службе Российской Федерации" • Федеральный закон от 30 ноября 2011 г. № 342-ФЗ "О службе в органах внутренних дел Российской Федерации" • Федеральный закон от 17 июля 2009 г. № 172-ФЗ "Об антикоррупционной экспертизе нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов" 	<ul style="list-style-type: none"> • Указ Президента Российской Федерации от 8 марта 2015 г. № 120 "О некоторых вопросах противодействия коррупции" • Указ Президента Российской Федерации от 8 июля 2013 г. № 613 "Вопросы противодействия коррупции" • Указ Президента Российской Федерации от 19 мая 2008 г. № 815 "О мерах по противодействию коррупции" 	<ul style="list-style-type: none"> • Приказ МВД России от 20 декабря 2017 г. № 944 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 2 апреля 2013 г. № 309 «О мерах по реализации отдельных положений Федерального закона «О противодействии коррупции»» • Приказ МВД России от 24 февраля 2012 г. N 120 "Об организации проведения антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов в системе МВД России" • Приказ МВД России от 19 апреля 2010 г. N 293 "Об утверждении порядка уведомления в системе МВД России о фактах обращения в целях склонения к совершению коррупционных правонарушений"

Рис.2. Нормативно-правовые акты, регулирующие сферу противодействия коррупции МВД по РТ

Согласно ФЗ «О противодействии коррупции» организации, вне зависимости от вида деятельности и правовой формы, должны самостоятельно разрабатывать,

устанавливать и реализовывать меры по недопущению коррупционных нарушений. Так, в системе органов Министерства внутренних дел России действует внутренний нормативный акт «Об утверждении Плана МВД России по противодействию коррупции на 2021 - 2024 годы». Данный документ публикуется в сети Интернет в открытом доступе, благодаря чему граждане имеют возможность проследить состояние антикоррупционной политики, проводимой органами, обеспечивающими национальную безопасность. Публичный доступ к Плану в электронном формате способен повысить доверие граждан к деятельности органов внутренних дел, так как публичность действий – это жест честной и ответственной работы. Суть данного документа состоит в обязанности МВД России и его ведомств, в частности – МВД по РТ, исполнить План по приведенным далее направлениям:

1. Осуществление мероприятий по реализации Национального плана противодействия коррупции на ближайший период. Такими мероприятиями являются подготовка аргументированных предписаний по вопросам проведения антикоррупционных проверок в общую систему методических рекомендаций в этом направлении, принятие мер по недопустимости использования средств федерального бюджета, которые доводятся на проведение мероприятий против распространения новой коронавирусной инфекции, на иные цели и др.;

2. Подготовка и проведение мероприятий, предписанных в Национальной стратегии противодействия коррупции. Согласно Плану, МВД России и его структурные подразделения в обязательном порядке должны привлекать к участию в работе аттестационных комиссий членов общественных организаций. Данное мероприятие распространяется только на территориальные органы МВД России. Также в рамках реализации данного направления органы внутренних дел обязаны провести цикл занятий с работниками по ознакомлению с правилами по исполнению их должностных обязанностей, установленных для борьбы с коррупцией внутри ведомства и др.;

3. Проведение вспомогательных антикоррупционных мероприятий органами МВД России. В этом направлении учреждения обязаны обеспечить сбор сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера сотрудников, федеральных государственных гражданских служащих системы МВД России. Особенно важным дополнительным мероприятием, на наш взгляд, является проведение социологических исследований и опросов, которые помогают дать объективную оценку уровню коррупции в органах МВД России[4].

В Плате также определены ожидаемые результаты от проведения мероприятий антикоррупционной направленности. Представим основные, на наш взгляд, их в виде схемы (рис.3).

Так, публикация Плана по противодействию коррупции МВД России была проведена на следующих электронных ресурсах:

- компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс»;
- справочно-правовая система по законодательству РФ «Гарант»;
- официальный сайт МВД России;
- сайт судебных и нормативных актов РФ.

МВД по РТ ответственно и активно подходит к исполнению мероприятий по противодействию коррупции согласно данному Плану. Так, были подготовлены нормативные документы внутреннего пользования, содержание которых отвечает требованиям по исполнению Плана и которые были размещены на официальных интернет-ресурсах Министерства. Данные документы (приказы, распоряжения) содержат информацию об изменениях должностных инструкций некоторых работников, в чьи обязанности противодействие коррупции должно входить по объективным причинам в силу их должностного положения. Например, один из Приказов МВД по РТ

гласит, что должностные инструкции 11 сотрудников Правового отдела вносятся функции, которые позволяют им организовывать и участвовать в проведении антикоррупционной экспертизы. Такие экспертизы проводятся лишь в одном направлении, а именно в рассмотрении проектов нормативно-правовых актов и других документов внутреннего пользования, подготавливаемых в системе МВД по Республике Татарстан.



Рис. 3. Ожидаемые результаты от реализации Плана по противодействию коррупции МВД России

На официальном интернет-ресурсе МВД по РТ активно размещается информация о противодействии коррупции в Министерстве. Так, граждане могут ознакомиться с правильностью оформления бланков заполнения справок о доходах и имуществе, документов, сообщающих о фактах склонения к нарушению антикоррупционного законодательства. Указанный раздел содержит Инструкцию о порядке заполнения справок о доходах, требования к их заполнению. [5]

Методом реализации антикоррупционной деятельности также является создание и работа Комиссии по соблюдению требований к служебному поведению и урегулированию конфликта интересов. Правовое обеспечение деятельности Комиссии регулируется отдельным нормативным актом - Положением об аттестационной комиссии МВД по РТ, которое подлежит обязательной публикации в открытом доступе для граждан. Работа данной Комиссии направлена на контроль над соблюдением требований к служебному поведению государственных служащих и урегулированию конфликта интересов. Согласно Положению Комиссия организывает заседания лишь по некоторым основаниям. Практика в правоохранительных органах показывает, что члены Комиссии заседают, если имеются аргументировано представленные причины для заседания (рис. 4). [6].

Основания для заседания аттестационной комиссии	
<p>предоставление руководителем государственного органа материалов проверки, свидетельствующих о представлении государственным служащим недостоверных или неполных сведений, о несоблюдении государственным служащим требований к служебному поведению и (или) требований об урегулировании конфликта интересов</p>	<p>информация о факте коррупции, поступившая в распоряжение кадровой службы государственного органа или должностному лицу, несущему ответственность за работу по профилактике коррупционных правонарушений и др.</p>

Рис. 4. Основания для заседания Комиссии по соблюдению требований к служебному поведению и урегулированию конфликта интересов

Говоря об итогах работы системы МВД по РТ в области противодействия коррупции, следует продемонстрировать результаты онлайн-опроса сайта МВД по РТ (рис. 5) [5].

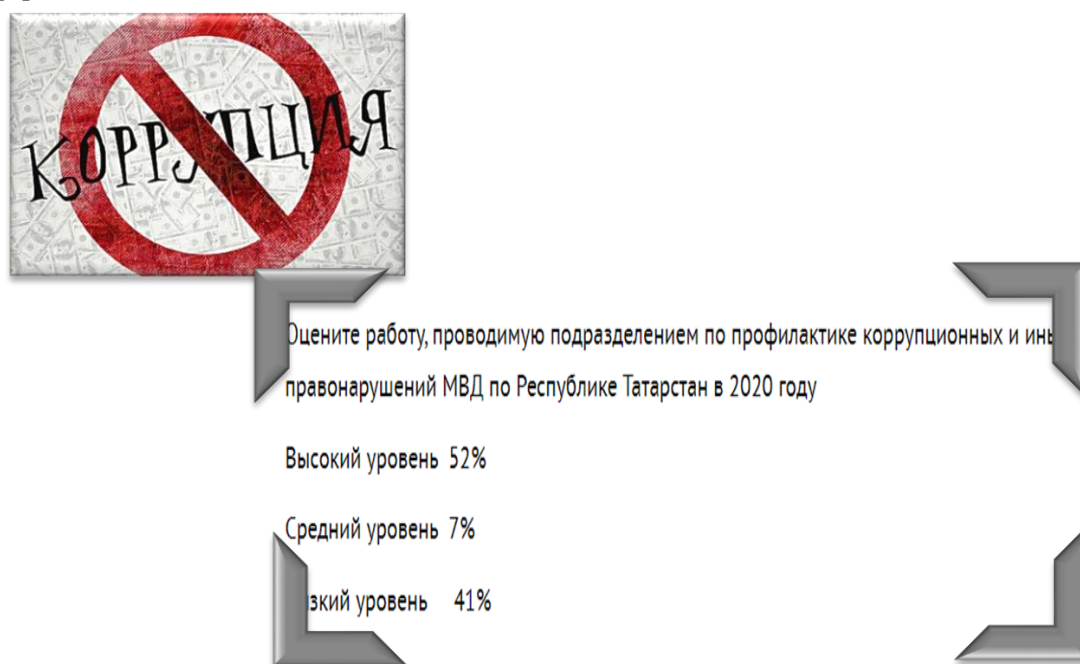


Рис.5. Результаты онлайн-опроса «Оценка работы по профилактике коррупционных и иных правонарушений в МВД по Республике Татарстан за 2020 год»

Однако изучив сведения по выявленным коррупционным преступлениям в 2021 году в разрезе территорий муниципальных районов РТ по отчетам Министерства внутренних дел Республики Татарстан в регионе сложилась неблагоприятная ситуация по темпам прироста коррупционных дел в целом. По данным Сводного отчета о

состоянии коррупции и реализации мер в Республике Татарстан, размещенного в открытом доступе на официальных интернет-ресурсах исполнительных органов власти республики, на 10,3% возросло количество коррупционных преступлений. На наш взгляд, помимо негативных социальных проявлений, это свидетельствует об успешной работе местных правоохранительных органов, в частности – МВД по РТ [3].

Исходя из вышеперечисленных данных об антикоррупционной деятельности, проводимой МВД по Республике Татарстан, для более качественного выполнения антикоррупционной работы в Министерстве в условиях цифровизации мы можем выдвинуть следующие предложения.

Предлагается увеличить частоту участия представителей МВД по РТ в научно-практических конференциях, где они смогут предоставить собственные исследовательские работы на антикоррупционную тематику, построенные на опыте Министерства, в области использования цифровых ресурсов. Участие предлагается обеспечить как за счет непосредственного участия, так и за счет использования онлайн-платформ, с помощью которых представители МВД по РТ могут транслировать свой опыт в онлайн-подключении. Популяризация данной темы сможет привлечь еще больше внимания научного сообщества к новым вызовам, которые требуют антикоррупционных практических исследований для подготовки актуальных и качественно новых методик по противодействию коррупции в правоохранительных органах в условиях цифровизации общества.

В качестве профилактической меры по предупреждению коррупционных нарушений в МВД по РТ предлагается привлекать большее количество институтов гражданского общества и публикация отчетов об их деятельности в сети Интернет. Например, включать представителей общественности в составы аттестационных комиссий и других. Также необходимо привлекать большее общественное внимание к конкретным примерам устраненных коррупционных рисков, чтобы общество могло самостоятельно дать публичную оценку правонарушителям. Реализация данной меры возможна при использовании интернет-ресурсов и электронных СМИ для привлечения внимания к проблеме.

Предложенные мероприятия в случае их реализации могут способствовать формированию в Министерстве внутренних дел по Республике Татарстан нетерпимого отношения его сотрудников к коррупции с помощью цифровых ресурсов, что существенно снижает затраты на проведение таких мероприятий. Согласно исследованию, МВД по РТ проводит активную антикоррупционную работу и остается ориентированным на результат полного искоренения данной социальной проблемы.

Таким образом, Министерство внутренних дел по Республике Татарстан имеет положительно оцененное состояние правового обеспечения национальной безопасности в области противодействия коррупции, используя в своей практике цифровые инструменты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Приказ от 3 августа 2017 года N 596 Об утверждении Положения о Министерстве внутренних дел по Республике Татарстан (с изменениями на 22 ноября 2021 года) (редакция, действующая с 1 января 2022 года)
2. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ (ред. от 26.05.2021) №О противодействии коррупции».
3. Сводный отчет о состоянии коррупции и реализации мер антикоррупционной политики в Республике Татарстан в 2021 году.
4. Распоряжение МВД России от 29.09.2021 N 1/11052 «Об утверждении Плана МВД России по противодействию коррупции на 2021 - 2024 годы».

5. Официальный сайт Министерства внутренних дел по Республике Татарстан [Электронный ресурс] // URL: <https://16.мвд.рф/>

6. Положение об аттестационной комиссии Министерства внутренних дел по Республике Татарстан по соблюдению требований к служебному поведению федеральных государственных служащих и урегулированию конфликта интересов.

7. Румянцева, Е.Е. Противодействие коррупции: учебник и практикум для вузов / Е.Е. Румянцева. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00252-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470294>

8. Указ Президента Российской Федерации от 1 июля 2010 года № 821 «О комиссиях по соблюдению требований к служебному поведению федеральных государственных служащих и урегулированию конфликта интересов».

9. Указ Президента РФ от 16 августа 2021 г. № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021 - 2024 годы»

10. Официальный ресурс судебных и нормативных актов РФ [Электронный ресурс] // URL: <https://sudact.ru>

STUDY OF ANTI-CORRUPTION MEASURES IN THE BODIES OF THE MINISTRY OF INTERNAL AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN: LEGAL AND DIGITAL SECURITY

Annotation. In modern conditions the solution of problems aimed at ensuring national security by combating corruption in the bodies of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation acquires special relevance. The article examines the directions of combating corruption in the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Tatarstan. Detailed consideration is given to: the legal framework in the field of corruption, the plan to counteract corruption of the Ministry of Internal Affairs of Russia, the data of sociological surveys. Measures for prevention of corruption violations in the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Tatarstan are proposed. For the study were applied both general scientific methods of scientific research and specific scientific methods: comparison, analysis, analogy, collection of statistical data. The subject of the research is anti-corruption measures in the development of digital technology and their legal support.

Keywords: combating corruption, Ministry of Internal Affairs of Russia, Ministry of Internal Affairs of the Republic of Tatarstan, law enforcement agencies, digital resources.

Vasilyeva P. A.

Scientific adviser: Danilina I.N., PhD Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance and Credit

University of Management "TISBI"

E-mail: paauustt@gmail.com

УДК 2964

АМБИВАЛЕНТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ТОРГОВЛИ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Водопьянова А.С.

*Научный руководитель: Баркалова Н.А., старший преподаватель
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация: В данной работе рассматриваются проблемы влияния процессов, происходящих в торговле на состояние окружающей среды. Основной задачей исследования является проследить последствия изменения климата для торговли и способы предотвращения наступления экологического кризиса.

Ключевые слова: амбивалентные отношения, международная торговля, окружающая среда, «район загрязнения», экологическая политика.

Вступление. Расширение мировой торговли и растущая интеграция глобальных производственно-сбытовых цепочек поднимают вопросы о том, как торговля и окружающая среда взаимодействуют друг с другом. В исследовании были рассмотрены последствия влияния торговли на окружающую среду. Как, например, явления природной среды (изменение климата) могут повлиять на модели торговли. Попытаемся выяснить, что такое либерализация торговли и как она влияет на экологию. В статье рассмотрены возможные краткосрочные и долгосрочные последствия такого влияния, а также оптимальное сочетание торговой и экологической политики.

Основная часть. История полна примеров того, как глобализация повлияла на экологию. Миграция населения кардинальным образом изменила природную среду. Развитие ранней торговли было основано на реализации таких товаров как рыба, продукты сельского хозяйства, древесина и другое сырье, заставляя страны-экспортеры увеличивать использование природной среды сверх уровня, который был бы необходим для удовлетворения местного потребительского спроса. Тем не менее, только в течение последних двадцати лет взаимодействие между торговлей и окружающей средой стало предметом горячих дебатов в области государственной политики. Растущая обеспокоенность серьезностью экологических проблем побудила экологов обратить внимание на роль глобализации в усилении нагрузки на окружающую среду. Роль институтов в поддержке и управлении международной торговлей и инвестициями увеличил возможные конфликты между внутренней и внешней политикой, а также международной торговлей. Быстрый рост международной торговли и инвестиционных потоков усилил озабоченность по поводу конкурентоспособности и доступа к рынкам, которые противоречат экологической политике.

Торговля может иметь как положительное, так и отрицательное воздействие на окружающую среду. Экономический рост в результате расширения торговли может иметь очевидное прямое воздействие на окружающую среду, увеличивая загрязнение и деградацию природных ресурсов. Кроме того, расширение торговли может привести к тому, что некоторые страны будут развивать промышленность в направлении, связанном с интенсивным загрязнением. В связи с этим жесткость экологической политики в разных странах различна, такие «явления» еще связаны с понятием «район загрязнения»[1].

Сегодня некоторые явления в торговле часто приводят к неустойчивости уровней потребления ресурсов, производства и количества отходов, что способствует росту выбросов парниковых газов, загрязнению и утрате биоразнообразия. Например, выбросы в транспортном секторе, являющемся основой международной торговли, быстро растут и уже в 2015 году составили около 18% всех антропогенных выбросов CO₂.

При этом, рост торговли, поддерживая экономический рост, развитие и социальное благосостояние может способствовать расширению возможностей более эффективного воздействия на окружающую среду. Также стоит отметить, что открытые рынки могут

облегчить доступ к новым технологиям, которые делают местные производственные процессы более эффективными за счет сокращения использования таких ресурсов, как энергия, вода и вредных для окружающей среды веществ.

Идентично этому либерализация торговли и инвестиций может стимулировать фирмы к принятию более строгих экологических стандартов. Изменения, необходимые для выполнения этих требований, протекают в обратном направлении по цепочке поставок, стимулируя использование более чистых производственных процессов и технологий.

Торговля приносит с собой передовые технологии повсюду, нарушая привычный порядок ведения бизнеса. Она гарантирует, что новые и наиболее эффективные технологии доставят туда, где они нужны. В более широком смысле торговля также является одним из самых мощных двигателей экономического роста и сокращения бедности.

Повестка дня на период до 2030 года призывает все страны использовать торговлю для создания более устойчивого и инклюзивного мира. С этой целью необходимо использовать позитивный импульс идей и действий, одобренных мировым сообществом. Более целесообразно перестать думать об окружающей среде и торговле как об изолированных вопросах. Вместо этого следует привести торговлю и торговую политику в соответствие с экологическими и социальными задачами [2].

Открытым остаётся вопрос о том, может ли торговля положительно влиять на окружающую среду. Одним из аргументов относительно пользы торговли является тот факт, что она позволяет странам получить сверх того запроса, который им нужен. С помощью торговых отношений можно совершать манипулятивные действия для повышения экологических стандартов и ввоза в страну более экологичных товаров. Многонациональные корпорации, как правило, привозят чистые современные технологии для производства в страны, где такие стандарты еще не известны. Экономисты в торговой сфере считают, что открытость торговли способствует всеобщему развитию, в том числе является благоприятной и для экономических целей.

Даже если открытость торговли не приведет к увеличению загрязнения воздуха во всем мире, она все же может повлиять на возникновение «районов загрязнения»: одни страны, специализирующиеся на более грязном производстве, экспортируют свою продукцию в другие, которые специализируются на более чистом производстве. Таким образом, географическое распределение загрязнения может измениться даже при том, что его средний уровень не изменится. Выдвигаются гипотезы о том, что более бедные страны будут иметь «сравнительное преимущество» в загрязнении. Ученые Франкель и Роуз проверяют предположение о том, что сочетание бедности и открытости приводит к более высокому уровню загрязнения, но на данный момент не находится никаких подтверждений этому. Последствия ухудшения климатических условий могут нарушить логику торговых сообщений. Изменение климата – это поистине глобальное воздействие на окружающую среду. Его последствия распространяются по всей планете, они затрагивают многие виды экономической деятельности, включая сельское хозяйство, на долю которого приходится от 21 до 37 процентов всех выбросов парниковых газов; связанные с ним издержки не учитываются рынками, а выгоды от смягчения его последствий неделимы: пользу от этого получают все страны.

Изменение климата может привести к нарушению транспортных связей. Прямыми последствиями будут являться более частые экстремальные погодные условия и повышение уровня океана. Инфраструктура цепочек поставок, транспорта и распределения станет более уязвима для сбоев. Морские перевозки, на долю которых приходится около 80% объемов мировой торговли, также столкнутся с постоянными перебоями в работе. Что еще более важно, ожидается, что изменение климата снизит работоспособность всех видов производств, что в конечном итоге приведет к потерям производства и сокращению объема мировой торговли.

На повестке дня у правящей верхушки государств стоит вопрос оптимального сочетания торговли и экологической политики. Возрастает потребность в эффективной экологической политике и институциональных рамках на местном, региональном, национальном и международном уровнях. Воздействие либерализации торговли на благосостояние страны зависит от того, проводится ли в данной стране соответствующая политика в области охраны окружающей среды (например, правильно ли оцениваются истощение экологических ресурсов). Строгая экологическая политика совместима с режимом открытой торговли, поскольку она создает рынки для экологически чистых товаров, которые впоследствии могут быть экспортированы в страны, следующие их примеру в отношении экологических стандартов – так называемое преимущество первопроходца. Это особенно верно для сложных технологий, таких как возобновляемые источники энергии. Торговля не может быть самоцелью, она должна способствовать лучшему, более экологичному и инклюзивному будущему. Включение природоохранных положений в двусторонние и региональные торговые соотношения также способствовало гармонизации природоохранного законодательства между развитыми и развивающимися странами. Страны с более развитой экономикой могут предоставить ресурсы и институты для наращивания потенциала и могут поощрять менее развитых партнеров к ужесточению природоохранного законодательства. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) рассмотрела множество вопросов, касающихся торговли и окружающей среды, таких как окружающая среда и региональные торговые соглашения, жесткость экологической политики как движущей силы торговли экономическими товарами и услугами. Чтобы сделать экологически чистые продукты доступными для всех, нужна торговая политика, которая продвигает инновационные решения и снижает тарифные и нетарифные барьеры на импорт и экспорт этих товаров. Необходимо избавиться от бюрократических проволочек и барьеров для торговли устойчивыми товарами и услугами, включая экологически безопасные технологии. Также нужна торговая политика, которая увязывает устойчивое производство с устойчивым потреблением и способствует более широкому сдвигу, помогающему потребителям делать лучший выбор.

Выводы. В заключении следует отметить, что экологическая проблема одна из самых серьезных и проговариваемых на сегодняшний день. Эта тема касается не только высокопоставленных депутатов, политиков и президентов, но также и простых людей. Рассмотрение данной темы показало: международные торговые отношения могут положительно влиять на экологию; изменение климата приведет к катастрофическим последствиям для мировых рынков, инфраструктуры и транспортных связей; человечеству под силу нормализовать амбивалентные отношения внешней среды и торговли, для этого нужны четкие и жесткие правила.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ООН. Изменение климата [Электронный ресурс] - <https://www.un.org/ru/climatechange/reports>
2. Антвейлер В., Б. Р. Коупленд и М. С. Тейлор, «Полезна ли свободная торговля для окружающей среды?» - 2001.

THE AMBIVALENT RELATIONSHIP OF TRADE AND THE ENVIRONMENT

Resume: This paper examines the relationship between trade and the environment. The purpose of the study is to describe the trends in the impact of trade and trade relations on the environment. In accordance with the purpose of the study, the main objective is to trace the effects of climate change on trade and ways to prevent the onset of an environmental crisis.

Key words: ambivalent relations, international trade, environment, “polluted area”, environmental policy.

Vodopyanova. A. S.

Scientific adviser: Barkalova N.A. Senior Lecturer

E-mail: Bumvalerian@gmail.com

УДК 339.1

ВОЗМОЖНОСТИ КИТАЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Воробьева А. В.

*Научный руководитель: Кошеленко В. В., старший преподаватель
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В данной работе рассматривается мировой рынок информационных технологий и роль Китая на нем. Выявлены основные направления развития ИТ в КНР, а также представлен прогноз развития ИКТ рынка Китая до 2025 года.

Ключевые слова: информационные технологии, Китай, цифровизация, мировой рынок, развитие.

Мировой рынок информационных технологий является одним из наиболее важных и динамично развивающихся в последние годы. Разработка новых программ, технологий и услуг дает любой стране преимущество перед другими. Китайская народная республика является примером страны, которая стала цифровым гигантом за последние 15 лет. Китайское правительство пытается уйти от сырьевой направленности экономики, и демонстрирует, как информационные технологии могут стать главным драйвером развития всех сфер экономики государства.

Целью исследования является анализ рынка ИКТ Китая и пути его развития.

Согласно определению, принятому ЮНЕСКО, ИТ - это комплекс взаимосвязанных научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы [1].

Стимулирование ИТ-рынка в эпоху информации и информационной инфраструктуры способствует созданию новых бизнес-моделей, товаров и услуг, открытий и изобретений, является научно-технологическим началом фундаментального преобразования любой страны в целом.

Мировой рынок информационных технологий вырос с 8179,48 млрд долларов в 2021 году до 8852,41 млрд долларов в 2022 году при совокупном годовом темпе роста (CAGR) в 8,2%. Специальная военная операция (СВО) подорвала шансы на восстановление мировой экономики после пандемии COVID-19, по крайней мере, в краткосрочной перспективе. СВО привела к экономическим санкциям в отношении нескольких стран, резкому росту цен на сырьевые товары и сбоям в цепочках поставок, вызвав инфляцию товаров и услуг и затронув многие рынки по всему миру. Однако ожидается, что рынок информационных технологий вырастет до 11995,97 миллиарда долларов в 2027 году при среднегодовом росте в 7,9%.

Самая большая доля мирового рынка информационных технологий приходится на сегмент ИТ-услуг — 57 %, на сегмент аппаратного и программного обеспечения - 26% и 17% соответственно.

Каждая страна, как и на любом другом рынке, имеет свою специализацию: лидером аппаратного обеспечения является Китай; на рынке программного обеспечения активными темпами развивается США, страны ЕС и Япония; на рынке ИТ услуг главенствующие позиции занимает Ирландия и Индия.

В течение многих лет Китай сосредотачивал свои усилия на продвижении своих отраслей вверх по глобальной цепочке создания стоимости, в том числе на развитии сильного внутреннего сектора информационных технологий (ИТ).

Китай — страна, обладающая колоссальными человеческими и финансовыми ресурсами, а также претендующая на статус инновационной державы и технологического лидера, активно продвигает цифровизацию экономики на государственном уровне на протяжении последних лет.

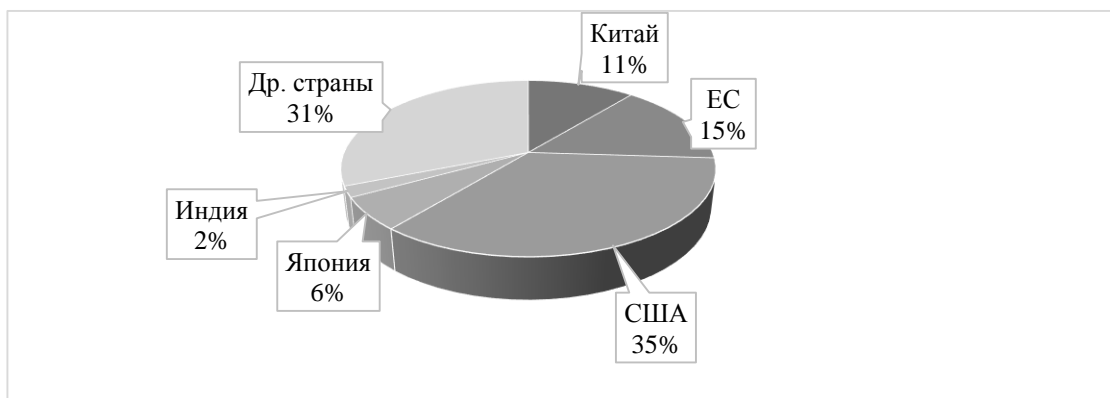


Рисунок 1. Доля Китая на мировом рынке ИКТ-услуг, 2022 г.
Составлено автором по материалам Statista

ИКТ-рынок Китая является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. По прогнозам консалтинговой компании IDC, в 2023 году объём рынка должен достигать 8,1 трлн долл. США, что составит 55% ВВП Китая [2].

Поддерживающая политика правительства Китая, наряду с его огромным внутренним рынком, насчитывающим 1,05 миллиарда интернет-пользователей и 882 миллиона пользователей смартфонов в 2022 году, предоставили местным ИТ-компаниям возможности для процветания.

Быстрые успехи Китая в таких областях нового поколения, как 5G, мобильные платежи, электронная коммерция и искусственный интеллект, не остались незамеченными международным сообществом.

ИКТ-сектор Китая состоит из нескольких отраслей, каждая со своими драйверами и особенностями.

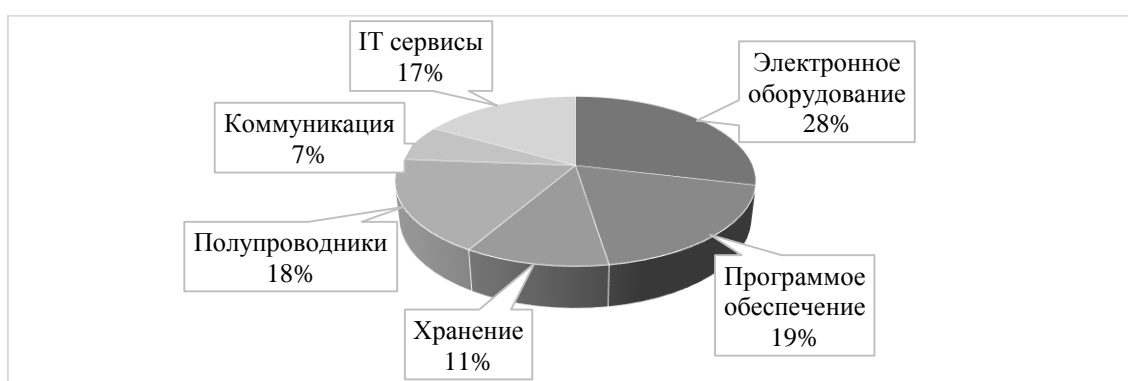


Рисунок 2. Состав рынка информационных технологий Китая по секторам, 2022 г., % [2]

1. Электронное оборудование.

Крупнейшей отраслевой группой является электронное оборудование (28%). Разветвленные цепочки поставок Китая, инвестиции в основной капитал и низкая

стоимость рабочей силы сделали его основным местом для производства электронного оборудования, инструментов и компонентов.

В 2021 г. Китай экспортировал электронное оборудование и компьютеры на сумму около 1,8 трлн долларов США.

2. Программное обеспечение.

Китайские технологические гиганты, специализирующиеся на аппаратном обеспечении, электронной коммерции или телекоммуникациях, также, как правило, имеют сильное присутствие в индустрии программного обеспечения. В 2021 году Министерство промышленности и информационных технологий Китая (МИИТ) опубликовало список 100 лучших компаний-разработчиков программного обеспечения в Китае, и верхние позиции заняли компании Huawei, ZTE, Xiaomi и производитель бытовой техники Haier.

3. Полупроводники.

Третьей по величине отраслевой группой являются полупроводники и полупроводниковое оборудование, на долю которых приходится 18% сектора. Одной из основных тем в китайской полупроводниковой промышленности является необходимость обеспечения самодостаточности. Китай ежегодно импортирует полупроводников на сумму более 300 миллиардов долларов, и ему не хватает технологического опыта, необходимого для удовлетворения внутренних потребностей в передовых полупроводниках.

4. Технологии, оборудование, хранение, периферийные устройства.

Технологическая и аппаратная промышленность Китая быстро росла, и некоторые компании уже добились заметного присутствия за рубежом. Lenovo приобрела известную линейку ноутбуков ThinkPad у IBM в 2005 году и сегодня является всемирно известным брендом. Ведущие производители смартфонов Xiaomi и Huawei теперь являются серьезными конкурентами таких брендов, как Apple и Samsung, в определенных регионах, включая Европу. Китай производит 90% компьютеров в мире, 90% мобильных телефонов и 70% телевизоров.

5. Коммуникационное оборудование.

Огромный внутренний рынок Китая с более чем миллиардом интернет-пользователей принес непосредственную пользу китайской индустрии коммуникационного оборудования. Huawei и ZTE являются крупными мировыми лидерами в области оборудования 5G с долей 28% и 9% мирового рынка сетевого оборудования соответственно.

Создание национальной сети 5G должно поддерживать инновации и эксперименты в других развивающихся отраслях Китая, таких как Интернет вещей, искусственный интеллект и телемедицина.

6. IT-услуги.

Одними из лидеров китайских IT-услуг являются DHC Software, GDS Holdings, TravelSky и Kingsoft. GDS Holdings имеет центры обработки данных по всей стране и предоставляет облачные услуги широкому кругу фирм. Как следует из названия, TravelSky предоставляет IT-решения в первую очередь авиакомпаниям и другим предприятиям, связанным с туризмом. Между тем, DHC Software специализируется на разработке отраслевого программного обеспечения и других IT-услугах для различных отраслей.

Государство оказывает значительную публичную поддержку компаниям IT-рынка. В частности, пятилетний план «Made in China 2025» предусматривает ежегодный рост расходов на исследования и разработки на 7% до 2025 года. Также поставлена цель увеличить доступ к 5G по всей стране до 56% в течение этого периода, таким образом

стимулируя потребительский спрос на ИКТ-услуги, обеспечение которых требует устойчивой мобильной связи, такие как, например, использование облачных сервисов.

Достижения Китая в области цифровых технологий обусловлены рядом факторов:

1. Высокий спрос на финансовые услуги (спрос среди населения).
2. Государственное содействие в сфере инноваций.
3. Высокая цена импорта информационных технологий из-за рубежа.
4. Энтузиазм потребителей и пользователей.
5. Высокий уровень образования среди населения.

На ИКТ-рынке Китая конкуренция со стороны китайских фирм высока, поскольку качество отечественного оборудования, программного обеспечения и услуг продолжает улучшаться. Прогнозируется, что рост ИКТ-рынка будет поддерживаться за счет интеграции технологий ИКТ в традиционные отрасли и их цифрового преобразования. Эксперты KPMG выделяют 4 технологических тренда для Китая:

1. Развитие передовых технологий.
2. Интенсивная цифровизация бизнес-процессов.
3. Усиление фундаментальных исследований.
4. Культивирование инновационных талантов [3].

Согласно плану цифровизации до 2035 г., опубликованном МПТ в апреле 2021 г., до 2035 г. Китай намерен полностью цифровизовать промышленные предприятия, причём 70% интеллектуальных производственных систем и 50% ПО должны быть национального происхождения.

Итак, на основе имеющихся данных мы можем создать прогноз объема рынка информационных технологий Китая до 2025 года. В 2021-2022 г. рост замедлился из-за пандемии и санкций со стороны некоторых государств, однако уже на данный момент Китай активно борется с импортом. Государство инвестирует средства для создания своих информационных услуг и программного обеспечения. Пятилетний план «Made in China 2025» предусматривает, что рынок ИКТ Китая увеличится с 2020 по 2025 гг. на 73-75% [4].

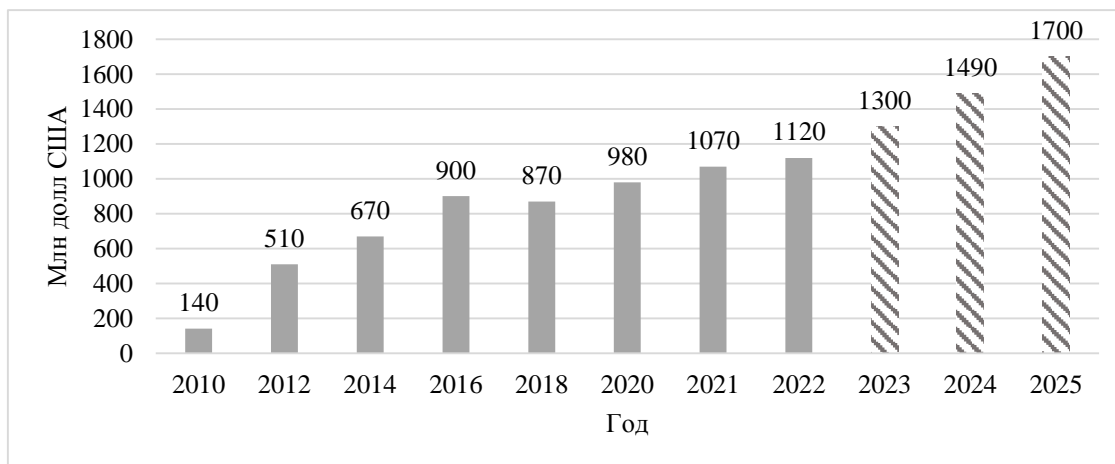


Рисунок 3. Динамика объема рынка информационных технологий Китая, 2010-2025 гг., млн долл США

При общей динамичности азиатских IT-рынков в целом китайский опыт производства оборудования для информационной сферы можно считать передовым и бесценным для истории и как пример для других стран с переходной экономикой. Это объясняется несколькими причинами:

- 1) Китай со своей экономической системой стал реальным экономическим гигантом вообще и в области ИТ в частности;
- 2) Китайское государство настойчиво и открыто демонстрирует свои региональные и геополитические интересы.

Главным конкурентом и одновременно партнером Китая в борьбе за лидерство на ИТ-рынке пока еще остаются США.

На сегодняшний день Китай отошел от концептуального уровня исследования цифровой экономики и вступил в прагматичную стадию эффективной реализации и интеграции с реальной экономикой. Китай становится все более важной глобальной цифровой экономикой и пытается проводить развитие цифровой экономики в новых и более передовых областях.

Учитывая существование ряда провинций со сравнительно низким уровнем развития экономики и цифровизации, которым власти КНР уделяют все больше внимания, страна обладает достаточно большим пространством для развития цифровой экономики. Более того, перспективным представляется повышение уровня цифровизации в традиционных секторах экономики, в особенности — в агропромышленном.

Рынок информационных услуг Китая большой и разнообразный. Его отличительной особенностью является динамичный рост: с 140 млн долл США в 2010 году до 1120 млн долларов в 2022 году. Государство оказывает значительную публичную поддержку компаниям ИТ-рынка. Структура рынка Китая состоит из 6 основных отраслей: электронное оборудование, программное обеспечение, хранение, полупроводники, коммуникации и ИТ сервисы.

Эксперты выделяют несколько технологических трендов, которые будут характеризовать развитие ИТ в Китае. К ним относятся: развитие передовых технологий, борьба с импортозамещением, усиление фундаментальных исследований, увеличение инвестиционных ассигнований в 5G, культивирование инновационных талантов.

Таким образом, есть все основания полагать, что в будущем КНР будет двигаться вперед, развивая современные технологии и внедряя их в реальные сектора экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Михеева Е. Н. Мировой рынок информационных технологий / Е. Н. Михеева, М. В. Сероштан. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Дашков и Ко, 2019. — 532 с.
2. Тетерятников К. С. Феномен развития экономики Китая: новые вызовы для США // Менеджмент и бизнес администрирование. - 2021. № 3. - С. 168-177.
3. Интернет-источник knoema. Экономика Китая [Электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://knoema.com/atlas/China>
4. Интернет-источник Statista. It-services China [Электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/china>

CHINA'S OPPORTUNITIES IN THE GLOBAL IT MARKET

Annotation. This paper examines the global information technology market and China's role in it. The main directions of IT development in China are identified, as well as a forecast for the development of China's IT market until 2025.

Keywords: information technology, China, digitalization, global market, development.

Vorobyova A. V.

Scientific adviser: Koshelenko V. V. Senior Lecturer

Donetsk National University

E-mail: vorobyova.1212@mail.ru

УДК 316

РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

Воронцов М.А.

*Научный руководитель: Давлианидзе Я.С., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В статье рассматривается роль финансовой грамотности в современном обществе. Рассмотрена статистика показателей финансовой грамотности населения по исследованиям Аналитического центра НАФИ. Выявлено, что анализируемые показатели находятся на недостаточно удовлетворительном уровне. Перечислены основные факторы, которые негативно влияют на уровень финансовой грамотности. Обосновано формирование на государственном уровне стратегии развития финансовой грамотности общества.

Ключевые слова: финансовая грамотность, население, доходы, расходы.

Вступление. Базовые знания и умения населения в сфере финансов, их понимание принципов работы рынка и умение применять их на практике положительно сказываются на их уровне благосостояния граждан и дают возможность грамотно и сбалансированно управлять своими денежными средствами:

– сопоставлять доходы и расходы и на основе этого выстраивать свой финансовый план на будущее;

– создавать накопления;

– избегать задолженностей;

– извлекать максимальную выгоду из приобретенных продуктов;

– обращаться на рынок ценных бумаг и принимать осознанные решения.

Все эти знания и умения оказывают положительный эффект на материальное и финансовое состояние граждан.

Теоретико-методологическим основам финансовой грамотности населения посвящены фундаментальные и прикладные исследования как отечественных и зарубежных ученых В.С. Автономова, Т.Ю. Богомолова, Н.Ю. Гондик, Л.М. Григорьева, И.Ю. Евстафьевой, Д.Х. Ибрагимовой, М.С. Марамыгина, В.В. Радаева, И.В. Розмаинского, Л.Ю. Рыжановской, Г.Г. Силласте, Д.С. Стребкова, А.Е. Суринова, А.И. Фатихова и др.

Несмотря на широкую представленность научных трудов, по нашему мнению, недостаточно проработанным остается вопрос влияния финансовой грамотности населения на развитие экономики и повышение благосостояния населения. В связи с этим население не стремится увеличить свой уровень финансовой грамотности, хотя в современном обществе роль потребителей стала значительно выше в экономике какого-либо субъекта и государства в целом.

Целью данного исследования является изучение понятия финансовой грамотности населения, а также обозначить ее роль в развитии экономики.

Основная часть. Финансовая грамотность может быть охарактеризована знаниями субъекта экономики о финансовых рынках, их функционировании и регулировании, о финансовых инструментах и продуктах, предлагаемых участниками данных рынков. Следовательно, финансово грамотным следует назвать человека, который достаточно осведомлен в данной сфере и следит за её изменениями, чтобы иметь возможность среагировать на них и адаптироваться к ним.

Почему финансовая грамотность населения в целом важна для государства? Финансово грамотные люди могут с большим успехом следить за своей собственной доходностью и

анализировать собственное финансовое положение, чтобы как преодолевать кризисы, так и использовать подъемы экономики с свою пользу. Однако, для государства этот фактор не является решающим. Финансовая грамотность позволяет человеку быть хорошим инвестором, который может анализировать риски и альтернативы для успешного вложения своих средств, что позволяет грамотно распределять ресурсы.

Кроме того, низкий уровень финансовой грамотности способствует развитию теневой экономики, что не может позитивно сказаться на государстве. Стоит также отметить, что даже в пределах своего семейного бюджета низкая финансовая грамотность будет влиять и на общую экономику. Человек неграмотно распределяющий собственный бюджет сам же понижает свой потенциальный уровень жизни. Но государство играет важную роль в данном аспекте, ведь если оно может обеспечить благосостояние основной прослойки жителей государства, то население будет иметь больше возможностей для инвестирования накопленных средств в производство.

Можем выделить следующие признаки финансово грамотного населения:

1. Ежемесячный учет личных финансовых доходов и расходов;
2. Организация жизнедеятельности исходя из имеющихся финансовых ресурсов (без долговых обязательств);
3. Постоянное планирование финансовых расходов и доходов (учет расходов по непредвиденным обстоятельствам и готовность к пенсии);
4. Обоснованный выбор в приобретении финансовых продуктов и пользовании финансовыми услугами;
5. Знания и навыки в ориентации в сфере финансовой деятельности.

К сожалению, в РФ вопрос финансовой грамотности населения был поставлен не так давно, лишь в 2006 году на встрече министров G8 в Санкт-Петербурге. Это действительно важно, ведь сейчас многие эксперты отмечают, что низкая финансовая грамотность населения стала одной из предпосылок мировых экономических кризисов. Поэтому многие страны сейчас вкладывают финансовые ресурсы для разработки стратегий по повышению среднего уровня финансовой грамотности, чтобы в будущем избежать экономических спадов.

Не стоит, конечно, думать, что остальные страны сильно вышли вперед по данному показателю. Исследования показывают, что в Польше и Канаде около 50% домохозяйств не имеют бюджета и не планируют его. Далеко не все вовремя оплачивают счета, а при потере своего постоянного дохода 90% населения не смогли обеспечить собственные потребности в течение полугода.

Однако, пока что это направление недостаточно реализовано. Результаты исследования Аналитического центра НАФИ в данной области представлены в табл. 1.

Таблица 1

Статистика финансовой грамотности населения

Показатель	2018 г.	2022 г.
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Доля населения с высоким уровнем финансовой грамотности, %	10	10
Доля населения со средним уровнем финансовой грамотности, %	46	61
Доля населения с низким уровнем финансовой грамотности, %	44	29
Средний балл финансовой грамотности (максимум 21)	12,12	12,57
Доля населения, ведущая семейный бюджет, следящая за расходами и доходами, %	47	58

Окончание табл. 1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Доля населения, копящая деньги, %	40	54
Доля населения, более внимательно следящая за своими финансами, %	70	82

Результат всё ещё остается на недостаточно удовлетворительном уровне, ведь доля населения, который имеют высокую степень финансовой грамотности осталась неизменной и не очень высокой.

Стоит отметить, что самые высокие показатели демонстрируют в среднем мужчины и женщины в возрасте 40-49 лет, люди с высшим образованием и жители крупных городов. А вот неработающие (студенты и пенсионеры) и жители сельских или отдаленных регионов не самые финансово грамотные люди страны. Студенты не являются достаточно заинтересованными в данной сфере, так как еще слишком молоды и пытаются найти более простые и быстрые способы заработка и карьерного продвижения. Поэтому важно, чтобы в высших учебных заведениях студентам доносилась информация о важности финансовой грамотности и о том, как развить её в себе. Что касается жителей сёл или районов далеких от крупных городов, то, очевидно следующее: в большинстве своём они не нуждаются в знаниях в этой области, ведь для рационального их применения требуется переезжать в более развитые регионы. Решением здесь может стать лишь улучшение уровня жизни в таких регионах, их модернизация, ведь в большинстве своём в них люди пользуются более нужными знаниями, которые помогут им в тех видах труда, которые приносят заработок.

Низкий уровень финансовой грамотности прежде всего отмечается в таких вещах, которые присущи жителям РФ:

- хранение сбережений дома;
- малое использование финансовых услуг, которые кажутся непонятными;
- незнание рисков использования кредитных карт;
- принятие финансовых решений без собственного анализа, а на основе советов друзей и знакомых;
- незнание своих прав, как потребителя финансовых услуг, и сведений о защите этих прав;
- непризнание ответственности за свои финансовые решения.

Конечно, современные финансовые продукты и услуги достаточно сложны в понимании, поэтому требует более глубоко понимания финансовой деятельности. Однако, проблема состоит в том, что многие не имеют даже базовых знаний и представлений о том, как работать со своим бюджетом. Поэтому, существует большой разрыв между появляющимися новыми финансовыми продуктами и способностью граждан понимать их.

Выводы. Для российской системы образования совершенно новым направлением является обучение финансовой грамотности. Данная необходимость продиктована современными условиями развития экономики и активного вовлечения населения в процесс взаимодействия с финансовыми институтами на всех этапах.

Таким образом, проведенный анализ показал, что население РФ слабо владеет минимальной информацией, характеризующей уровень финансовой грамотности. В долгосрочной перспективе этот уровень следует повышать. Результативным решением является разработка и одобрение на государственном уровне стратегии развития финансовой грамотности, которая, в свою очередь, должна строиться с учетом модульного подхода, что позволит включать в нее специальные программы, направленные на отдельные группы населения, которые были выделены статистикой как

самые финансово неграмотные. Так же важно, чтобы государство прилагало усилия для улучшения уровня благосостояния населения, ведь именно люди, которые имеют средства с большей вероятностью захотят проанализировать финансовую ситуацию на рынке и вложить эти средства куда-либо. Все это будет повышать конкуренцию и стабильность на финансовых рынках, увеличит количество грамотных инвесторов и еще более повышать благосостояние населения, что в конечном итоге приведет к цепочке развития населения, как субъекта финансового рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Блискавка, Е.А. Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика / Е.А. Блискавка, А.В. Зеленцова, Д.Н. Демидов. – М.: Издательство: Кнорус, 2012. – 112 с.
2. Исследование аналитического центра НАФИ о финансовой грамотности россиян за 2022 год: [Электронный ресурс]. – URL: <https://nafi.ru/analytics/finansovaya-gramotnost-rossiyan-rastet-poslednie-4-goda-na-fone-sotsialno-ekonomicheskikh-vyzovov/>
3. Милославский, В.Г. Финансовая грамотность населения: проблемы и перспективы / Милославский В.Г., Герасимов В.С., Транова В.А., Герасимова О.С., Хейлык И.А. // Молодой ученый. – 2016. – №4. – С. 452-456. URL: <https://moluch.ru/archive/108/26271/>
4. Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 годы // URL: <https://vashifinancy.ru/strategy/>
5. Финансовая грамотность. Основы финансовой грамотности. – Режим доступа. – URL: <http://fingeniy.com/finansovaya-gramotnost-osnovy-finansovoj-gramotnosti/>
6. Финансовая грамотность: учебник для вузов / науч. ред. Р. А. Кокорев. – М.: Издательство Московского университета, 2021. – 568 с.
7. Хариш, Н.П. Финансовая грамотность населения и ее влияние на развитие региональной экономики / Н.П. Хариш, С.И. Абакумова, О.В. Тимченко, А.Б. Чебоксаров // Вестник экспертного совета. – 2017. – № 1. – С. 147-152.
8. Хариш, Н.П. К вопросу о применении корреляционных моделей при анализе показателей финансовой отчетности организации / Н.П. Хариш, И.Е. Хариш // Научные труды ПГТУ – 2010. – №33. – С. 31-33.

THE ROLE OF FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION IN THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY

Annotation. The article examines the role of financial literacy in modern society. The statistics of indicators of financial literacy of the population according to the research of the Analytical Center of NAFI are considered. It was revealed that the analyzed indicators are at an insufficiently satisfactory level. The main factors that negatively affect the level of financial literacy are listed. The formation of a strategy for the development of financial literacy of society at the state level is substantiated.

Keywords: financial literacy, population, income and expenses.

Vorontsov M.A.

Scientific adviser: Davlianidze Ya.S., Ph.D., associate professor
Donetsk National University
E-mail: maksvv2011@mail.ru

УДК 338.2

ЛТ-ФИЛОСОФИЯ, ЕЁ КВИНТЭССЕНЦИЯ, ПРЕИМУЩЕСТВА И ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ

Гапоненко А.М.

*Научный руководитель: Попова Н.И., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе исследована квинтэссенция ЛТ-философии, её генезис, современное содержание и технологии систем управления производством, воплотивших ее концептуальные идеи. Обозначены и обоснованы преимущества ЛТ-систем. Исследовано их влияние на трансформацию технологий учёта, контроля и анализа, ориентированных на управление бизнес-процессами. Выявлены проблемы и препятствия к внедрению ЛТ в условиях современных экономических реалий Донецкого региона. Предложены авторские идеи решения проблемы практического воплощения концептуальных идей ЛТ в условиях усложняющихся логистических процессов и нестабильности бизнес-среды.

Ключевые слова: ЛТ, лин-технологии, «тянущая» система, затраты, управление, учет, контроль, логистика.

Актуальность темы исследования обусловлена современными тенденциями производственной среды, её ориентацией на потребности клиентов в условиях, когда жизненный цикл производимых продуктов укорачивается, а логистические процессы их продвижения усложняются, особенно при общей экономической нестабильности. Это обуславливает потребность в современных гибких и адаптивных схем управления бизнес-процессами. Одной из таких эффективных систем управления производством является ЛТ.

Значительный вклад в исследование ЛТ-философии и систем управления, воплотивших ее концептуальные идеи, внесли своими научными трудами такие именитые учёные, как С.В. Булгакова, А.М. Гаджинский, В.Э. Керимов, Н.Г. Низовкина, А.В. Тебекин, Р. Шенбергер и др. Между тем, поиск наиболее рациональной и целесообразной системы управления бизнес-процессами на основе его современного учетно-контрольного и аналитического обеспечения требует дальнейших исследований, что предопределило цель данной работы.

Целью исследования является систематизация и критическое осмысление основополагающих идей ЛТ-философии, управленческих возможностей систем, выстроенных на ее основе, их трансформационных воздействий на технологии учёта и контроля, отражающие специфику бизнес-процессов.

Проведенным исследованием установлено, что Just-in-time (ЛТ) представляет собой систему управления, концепция которой начала формироваться со становлением логистики в бизнесе и развитием японского менеджмента 50-х -70-х годов прошлого столетия.

Квинтэссенцией ЛТ является концепция ограничений, объективные условия для господства идей которой сложились в Японии, никогда не обладавшей не только избыточными, но и достаточными природными ресурсами. В силу этого японским фирмам приходилось быть максимально экономными. Неслучайно именно японские специалисты смогли взглянуть на запасы совершенно по-новому, – как на потери, как ширму, за которой скрываются недостатки работы, как знак существующей конфликтной ситуации внутри предприятия или между предприятиями

В результате идея минимизации запасов, первоначально воплотившись в лозунг японской компании «Тойота», а затем и всего мирового экономического сообщества, стала основой философии управления по системе ЛТ («Just-In-Time», – «Точно вовремя»). Известно, что корпорация «Тойота» стала использовать методы, схожие с

современной системой Kanban, являющейся воплощением идей JIT, в 1959 году, а с 1962 года в соответствии с JIT кардинально поменяла на своих заводах все бизнес-процессы.

Примечательно, что концепция JIT основана на европейской идее. Её авторами являются О.Д.Мак–Илхатган, Р.А. Хауэлл и С.Р. Соуси. Поэтому сам термин «Just-In-Time» является английским выражением, но принят он и в японских деловых кругах [1]. Это логично, ведь как действующая система, JIT впервые внедрена компанией «Тойота». При этом с того самого времени и поныне JIT трактуется по-разному: «Система Тойота», «Гибкое производство», «Гибкое предприятие», «Пластичное производство», «Бережливое производство» (лин-технологии).

Т.о., несмотря на чётко оформившуюся философию JIT с ее отработанной логистической схемой, единого определения у JIT-системы нет, однако неизменным является то, что эта система:

- направлена на уменьшение числа одновременно выполняемых задач;
- вытягивающего управления производством и складскими запасами для него.

И хотя в узком смысле JIT иногда сводят к технике управления производством и/или запасами, JIT следует рассматривать гораздо шире, – как философию, генерирующую не одну, а достаточное множество концепций, методов управления, выходящих за рамки традиционных управленческих практик. В частности, JIT требует совершенно другого, – современного – типа мышления и иной психологии деловых взаимоотношений.

Так, в отличие от традиционных практик управления, ориентированных на производство, технологически философия JIT заключается в управлении производством на основе спроса. При JIT производство осуществляется под конкретные заказы, под которые конвейер «подтягивает» производство, а под него – поставки.

В этом контексте заметим, что по утверждению исследователей генезиса идей JIT, после открытия завода Тойота в Америке инженеры, путешествуя по стране и время от времени посещая супермаркеты для покупки продуктов, заметили, что товары на полках пополняются не по мере того, как их завозил поставщик, а по мере того, как пустели полки. Т.е., запасы товаров пополнялись не тогда, когда поставщику удобно было осуществить поставку, а когда запасы товара достигали определённого минимума и возникла потребность их пополнить, «подтянуть».

Отсюда JIT именуют «тянущей» системой (pull-system), – она предполагает такое движение материальных потоков, при котором материальные ресурсы минимизируются и подаются («вытягиваются») с предыдущей технологической операции на следующую исключительно по мере необходимости.

В сфере материального производства технологически это выглядит так: заказ на готовую продукцию подается на последнюю стадию производственного процесса, где производится расчет требуемого объема незавершенного производства, которое должно поступить с предыдущей стадии, а с нее, соответственно, поступает запрос на предшествующую, – на производство или покупку необходимых комплектующих.

Концепция JIT предполагает сведение к нулю излишков во всех сферах хозяйственной деятельности. Это формирует принципиально иное целеполагание деятельности – иметь достаточное, но не избыточное, «резервное» количество ресурсов и возможностей, включая человеческие ресурсы, поставщиков, производственные мощности. Эта концепция принципиально отличается от идей традиционных систем, где избыточные ресурсы планируются на тот случай, если они потребуются (Just-in-Case).

В JIT-системах все работники ответственны за качество, при этом используются различные методы его контроля, включая автоматизированную проверку. Основная идея – сделать контроль частью производственного процесса, чтобы гарантировать бездефектную работу, препятствуя попаданию брака на следующие стадии бизнес-

процессов [2].

Система JIT особо эффективна при массовом поточном производстве однотипной продукции. Все проходящие на предприятии бизнес-процессы организуются так, чтобы максимально снизить непроизводительные затраты, ликвидировать операции и процессы, не дающие дополнительных улучшений продукции или услуг.

Традиционная и JIT-организация бизнес-процессов проиллюстрирована нами на рис. 1 [3].

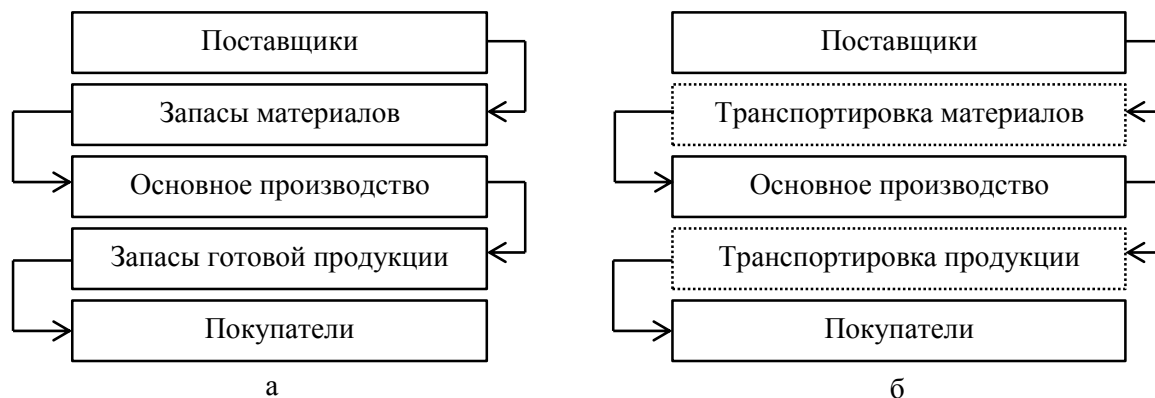


Рис. 1. Движение материально-производственных запасов при традиционной (а) и JIT-организации бизнес-процессов (б)

«Тянущая» система JIT дополняется использованием сигнальных систем. Ею может быть карточная система Kanban («канбан») или другая подобная, используемая для того, чтобы точно в срок обеспечить поступление требующихся материалов/деталей/узлов к месту потребления. Методика Kanban проделала долгий путь от истоков возникновения идеи бережливого производства и до наших дней, распространяясь не только в сфере материального производства, но и в самых разных сферах предпринимательства. Так, труд Дэвида Андерсона, в котором были заложены принципы Kanban, способствовал её проникновению в сферу разработки программного обеспечения и обслуживания, а книга Джима Бенсона и Тониан Де Мариа Personal Kanban (Kanban в личных целях) проложила путь к распространению Kanban в самых разных областях бизнеса.

Во внедрении и надлежащем функционировании системы JIT императивную роль играют поставщики, поскольку производство зависит от точного времени доставки материалов и других предметов труда. Любые сбои в доставке материалов поставщиком могут привести к серьезному сбою в производстве, что также приведет к задержке доставки предприятием продукции своим клиентам. При этом поставщик получает долгосрочные, гарантированные, контрактные отношения с заказчиком; выгодную цену; устойчивый спрос на свою продукцию. Взамен поставщик должен гарантировать требуемые объёмы и качество предоставляемых товаров и услуг; чётко обозначенные сроки поставки; стабильное и надёжное деловое партнерство.

При наличии поставщиков, удовлетворяющих этим критериям, появляется возможность сократить их круг. В идеале наличие одного поставщика наиболее привлекательно с точки зрения затрат, но необходимо учитывать возможные риски, – даже самый надёжный поставщик не может исключить поломки оборудования, чрезвычайных событий.

Подчеркнём, практика применения JIT свидетельствует, что в идеале требуется около 2-х лет, чтобы поставщик освоил JIT и обеспечил точно в срок поступление требующихся материалов/деталей в нужное место и в требуемом объёме.

Указанные особенности JIT оказывают существенное влияние на построение бухгалтерского учёта и контроль затрат. В частности, производственный учёт существенно упрощается, что обусловлено минимальным объемом обрабатываемых партий, отсутствием незавершенного производства. Упрощение достигается ведением учёта материалов и затрат на производство на объединенном счете, поскольку отпадает необходимость в отдельном счете складских запасов материалов.

Специфика учёта состоит и в том, что при JIT прямые затраты на оплату труда на счетах производства не отражают, рассматривая их как составляющую накладных расходов. Поэтому затраты на оплату труда сразу относят на себестоимость реализованной продукции.

Существенным достоинством учёта при JIT является трансформация части непрямых затрат в прямые, что значительно повышает качество и достоверность результата осуществления калькуляционных процедур.

При JIT утрачивают свое практическое значение традиционный анализ отклонений. Акценты в учёте и анализе отклонений по затратам на материалы, труд и накладным расходам смещаются с абсолютных величин отклонений на исследование вероятностных тенденций, обусловленных протекающими бизнес-процессами.

При JIT утрачивают значение традиционные показатели эффективности, поскольку их применение нередко провоцирует излишние, с точки зрения JIT, запасы.

Многочисленные достоинства JIT обуславливают широкое применение этой системы значительным числом пользователей. Так, вслед за японскими компаниями JIT внедрили многие автомобильные компании США (Ford и др.), а впоследствии и компании разных сфер бизнеса в других промышленно развитых странах. Ныне JIT используют 71% зарубежных компаний разных сфер бизнеса. В их числе: Toyota Motors, General Motors, Arvin Automotiv, Texas Instruments, Dell, Caterpillar Inc, др. При этом по утверждению экспертов, исследовавших в США результаты применения JIT 1035 субъектами, 86,4% из них констатировали, что JIT помогла им получить основную часть прибыли и уменьшить продолжительность производственного цикла на 59,4 %.

Признавая достоинства системы JIT, отечественные предприятия также реализовали ее концепцию. В их числе: «Стирол», «Сармат», «АВК», автозавод Санкт–Петербурга, «Камаз» и др. Внедрение JIT позволило этим предприятиям сократить время подготовительных операций, объемы незавершенного производства, увеличить производительность и качество продукции.

Статистически эффективность внедрения JIT подтверждается следующим: запасы НЗП в среднем сокращаются на 80%, готовой продукции – на 33%; продолжительность производственного цикла – на 40%; производственные затраты – на 10-20%; время продажи – в 2 раза при повышении гибкости производства и быстрой окупаемости затрат на внедрение JIT.

Следует особо подчеркнуть, что исследованиями подтверждены преимущества и эффективность JIT в самых разных сферах бизнеса. Так, в России особое распространение система JIT получила в строительстве и на транспорте, в сфере торговли и услуг. Этому, в частности, послужил толчок в применении инновационных технологий в сфере автомобильного транспорта [4].

Применительно к современным реалиям предприятий Донецкой Народной Республики, JIT, по нашему мнению, следует рассматривать как действенный инструмент управления материальными запасами в местах их складирования, что позволит минимизировать риски военного времени, связанные с хранением запасов, а также соответствующие затраты.

Из сказанного следует, что применение JIT доказательно засвидетельствовало преимущества этой системы, которая:

- стремится к минимуму дефектов, что значительно повышает качество продукции;
- позволяет избежать перепроизводства;
- минимизирует риски устаревания, повреждения или порчи складских запасов;
- подталкивает производителя при осуществлении поставок стремиться к поиску новых путей эффективного производства;
- совершенствует, трансформирует и при этом упрощает технологии учёта;
- позволяет воспринимать предприятие, работающее по JIT, в качестве современного, высокоорганизованного, инвестиционно привлекательного экономического субъекта с эффективными производственными системами [1].

Между тем, внедрение JIT сопряжено с рядом проблем.

Так, практика свидетельствует, что ввести в действие JIT в короткие сроки невозможно. Даже первооткрывателю – компании «Тойота» – понадобилось более 20 лет для того, чтобы разработать данную концепцию и осознать ее преимущества.

Практика применения JIT показывает, что ее внедрение предполагает, как минимум 5 этапов: смена сознания; выполнение 5 принципов усовершенствования рабочего места; переход на непрерывно-поточное производство; синхронизацию операций; одновременное управление работником несколькими процессами, протекающими в ячейке (U-образном рабочем месте).

Успех в реализации JIT в значительной мере зависит от числа и территориальной дислокации поставщиков, уровня их ответственности за выполнение договорных обязательств. Применительно к нашему региону положение усугубляется территориальной удаленностью и известным дистанцированием от крупных промышленных центров изготовления требующихся предприятиям предметов и средств труда, а также таможенные проблемы, обуславливающие удорожание поставок и существенно увеличивающие время транспортировки. Это предопределяет вынужденную необходимость поставки материальных ценностей большими партиями, как правило, с избыточными запасами, что противоречит основной концептуальной идее JIT.

Из сказанного следует, что в условиях нынешних реалий нашего региона, наибольшими проблемами внедрения JIT, по нашему мнению, являются:

- зависимость от экономической ситуации в стране и регионе;
- сложность подбора и налаживания прочных и надёжных взаимоотношений с поставщиками и другими деловыми партнёрами;
- риски всплеска транспортных издержек и вероятность того, что хранение избыточных запасов на складе окажется дешевле, чем доставка требующегося их объёма «точно вовремя»;
- имеющиеся психологические барьеры.

Вместе с тем, возможными путями преодоления этих проблем, с нашей точки зрения, может быть:

- поиск поставщиков в территориальной близости с вариантом замены требующихся комплектующих на альтернативные, логистически доступные к поставке;
- создание в соседнем регионе логистического центра для аккумуляции необходимых объёмов материальных ресурсов с последующей их централизованной доставкой к месту потребления;
- гармонизация таможенного права.

Выводы: JIT представляет собой систему управления, концепция которой сформировалась со становлением логистики и развитием японского менеджмента. Квинтэссенция JIT базируется на концепции ограничений, объективные условия для распространения которой сложились в Японии, традиционно испытывающей недостаток природных ресурсов. Будучи европейской идеей, концепция JIT своё первое, причём

эффективное, практическое воплощение получила в японской компании «Тойота». При чётко оформившейся философии JIT-системы поныне не получили единообразного определения. Однако неизменным является ориентация JIT на уменьшение числа одновременно выполняемых задач; «вытягивающее» управление производством и складскими запасами для него. Не разделяя идею сведения JIT к простому набору техник управления производством, авторы рекомендуют воспринимать JIT значительно шире, – как философию, генерирующую не одну, а достаточное множество концепций, методов управления, выходящих за рамки традиционных управленческих практик. JIT требует принципиально иного, современного типа мышления и соответствующей психологии деловых взаимоотношений. Система JIT особо эффективна при массовом поточном производстве, когда все бизнес-процессы организуются так, чтобы минимизировать непроизводительные затраты, ликвидировать операции и процессы, не дающие явных улучшений производимого продукта. Проведенным исследованием подтверждены преимущества и эффективность JIT в самых разных сферах бизнеса. Практика применения JIT доказательно засвидетельствовала преимущества этой системы, которая, в частности, совершенствует, трансформирует и при этом упрощает технологии учёта. Применительно к современным реалиям Донецкой Народной Республики JIT, по мнению авторов, способна послужить действенным инструментом управления материальными запасами в местах их складирования, что позволит минимизировать риски военного времени, связанные с хранением запасов, а с ними и соответствующие затраты. Однако для этого необходимо принять рекомендованные меры, позволяющие, по мнению авторов, преодолеть барьеры, препятствующие внедрению JIT.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Брыкалова, А. К. Концепция «точно в срок» и ее применение в производстве / А. К. Брыкалова, Ю. А. Николаева // Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. – 2015. – №2(32). – С. 45-47.
2. Закиева, Л. Б. Философия jit в современных системах управленческого учета затрат и результатов / Л. Б. Закиева, А. Ю. Соколов // Управленческое консультирование. – 2019. – №10(130). – С. 68-80.
3. Сериков, В. В. Сущность метода «Just-in-Time». Его адаптация в отечественных организациях пищевой промышленности / В. В. Сериков // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – №3-1(61). – С. 173-179.
4. Мугак, Т. А. Применение концепции JUST-IN-TIME на отечественных предприятиях / Т. А. Мугак // Успехи современного естествознания. – 2014. – №7. – С. 141-143.

JIT PHILOSOPHY, ITS QUINTESSENCE, ADVANTAGES AND PROBLEMS OF PRACTICAL IMPLEMENTATION

Annotation. The article examines the quintessence of JIT philosophy, its genesis, the modern content and technologies of production management systems that embodied its conceptual ideas. The advantages of JIT systems are indicated and justified. Their influence on the transformation of accounting, control and analysis technologies focused on business process management is investigated. The problems and obstacles to the implementation of JIT in the conditions of modern economic realities of the Donetsk region are revealed. The author's ideas for solving the problem of practical implementation of conceptual ideas of JIT in the conditions of increasingly complex logistics processes and instability of the business environment are proposed.

Keywords: JIT, lean technologies, «pulling» system, costs, management, accounting, control, logistics.

Gaponenko A.M.

Scientific adviser: Popova N.I. Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: gaponenko.alex01@yandex.ru

УДК 659.44

PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Гридина Е.И.

*Научный руководитель: Дудник В.В., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация: В данной статье рассматривается развитие PR-деятельности и основные тренды PR-рынка РФ в процессе цифровой трансформации экономики и под влиянием геополитических факторов. Акцентируется внимание на наиболее популярных цифровых технологиях и digital-инструментах, используемых PR-специалистами в процессе коммуникаций с общественностью. Делается вывод о необходимости создания и совершенствования отечественных инструментов и технологий в области PR.
Ключевые слова: цифровизация, инструменты, PR-деятельность, коммуникации, общественность.

С каждым годом информационные технологии совершенствуются, изменяются, что оказывает влияние на жизнь общества и приводит к созданию новых явлений и процессов. Развитие ИТ-сферы не обошло стороной PR-деятельность. Многие считают, что внедрение как можно большего количества передовых технологий приведёт компанию к успеху. Но необходимо помнить, что только глубокий анализ и понимание потребностей потребителя позволит найти те методы и инструменты, которые принесут компании прибыль, а клиентам удовлетворение их потребностей.

На современном этапе развития общества и информационных технологий всё больше людей становятся требовательными к информации, предпочитают получать её быстро и с помощью удобных им каналов и источников. Помимо этого, человек всё чаще поднимает вопрос индивидуализма и собственного мнения. Данные аспекты напрямую связаны с PR-деятельностью. Клиент начинает требовать от компании, во-первых, достоверной, быстрой и необходимой информации; во-вторых, положительной репутации компании; и, в-третьих, индивидуального подхода в осуществлении коммуникаций. В свою очередь в PR отделах компаний происходит полная трансформация деятельности.

Проникновение интернета в сферу PR привело к тому, что меняются инструменты и методы осуществления деятельности, а постоянное развитие требований и совершенствование сознания потребителя приводят к тому, что PR-специалистам необходимо работать на опережение, создавать новые способы влияния на клиента с помощью цифровых технологий и устройств.

Стоит отметить, что процесс трансформации ещё не завершён, и информационные технологии будут продолжать развиваться. Однако на данном этапе определились некоторые направления, которые являются наиболее существенными и определяют ход дальнейшего развития PR-деятельности. Поэтому целью данной работы является исследование процесса развития публичных рилейшнз в эпоху цифровизации и определение основных трендов на PR-рынке.

К 2025 году цифровизация экономики России позволит увеличить ВВП страны на 4,1-8,9 трлн. руб., утверждают авторы исследования, проведенного консалтинговой компанией McKinsey. Согласно индексу цифровизации McKinsey, Россия входит в группу так называемых активных последователей за счет инвестиций в расширение инфраструктуры информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и внедрения технологий в госструктурах. [1]

В связи с процессом цифровизации происходит изменение коммуникативной среды, что напрямую влияет на PR-деятельность и сферу рекламы. В частности, человек

всё чаще взаимодействует с компьютером и мобильным телефоном. Чтобы иметь представление, насколько сегодня человек зависим от интернета обратимся к рис. 1.

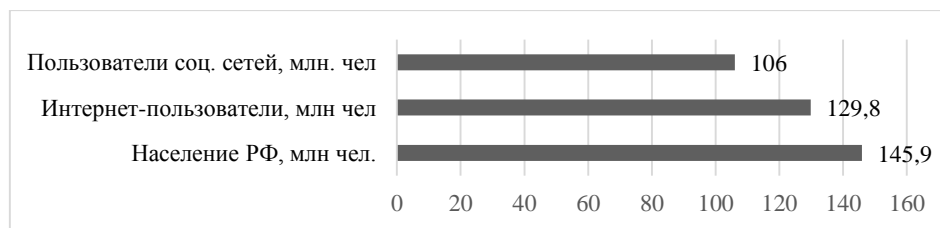


Рис. 1 – Состояние digital-сферы РФ на июль 2022 г.

Исходя из диаграммы, можно сказать, что на сегодняшний день интернетом пользуется 89% населения, а пользователями социальных сетей являются 72,7% от общего населения РФ. [2]

Говоря о развитии информационных технологий стоит отметить немаловажный момент. Огромное влияние на процесс цифровизации оказало распространение коронавирусной инфекции. На момент 2020-2021 годов многие отрасли находились в стагнации, и только рынки, связанные с интернет средой, продолжали развиваться. Именно это привело к приоритетности использования цифровых коммуникаций, и в том числе Интернет-PR в деятельности различных компаний.

Говоря о цифровых трендах PR-деятельности, можно условно отметить начало их движения в 2016-2017 годах. Именно в этот период наблюдается увеличение коммуникационной деятельности, прежде всего в социальных сетях. [3]

Проследим развитие PR-деятельности с 2017 года и отметим наиболее важные направления, связанные с цифровыми технологиями.

1. Эффект эхо-камеры в интернете – многие сервисы, например, Google, Twitter, максимально персонифицированы. Эти системы выдают результат поиска, исходя из онлайн поведения пользователя. Из этого выходит, что человек получает информацию других пользователей, которые придерживаются аналогичных взглядов, что приводит к искажению общей картины действительности.

2. Развитие онлайн каналов и аккаунтов в социальных сетях, рост аккаунтов на YouTube, создание чат-ботов.

3. Заинтересованность брендов в комплексном подходе, который предполагает работу в офлайн формате, digital и в социальных медиа.

4. Развитие видео-контента, как возможность быстрее и легче передать информацию потребителю.

5. Использование в аналитике digital инструментов для более гранулированного сегментирования и таргетинга.

6. Использование технологий виртуальной реальности для продвижения бренда.

Дальнейшее развитие PR-деятельности основывается на нескольких аспектах, назовём их предпосылками сегодняшнего состояния деятельности в области PR.

Во-первых, начинает стираться граница между маркетингом, рекламой и связями с общественностью. Взаимосвязь между ними становится всё теснее. Сейчас можно увидеть, что профессионал в области PR может быть и контент-маркетологом, таргетологом, законодателем тенденций.

Во-вторых, развитие инфлюенс-маркетинга. Рост значения социальных сетей приводит к возникновению новых инфлюенсеров. Поэтому деятельность PR-специалистов направляется в область развития партнёрских отношений с лидерами мнений в социальных сетях. Таким образом компания получает доступ к необходимой ей аудитории.

В-третьих, снижается уровень потребительского доверия к СМИ, а число фальшивых новостей увеличивается. Исходя из этого, повествующий элемент PR-деятельности становится более важным, чем когда-либо. [4]

В 2020-2021 годах пандемия повлияла на деятельность компаний, однако для PR-сферы это стало временем поисков и апробации новых технологий и инструментов коммуникаций. Роль традиционных методов сократилась, однако это не означает, что они перестали работать. После снятия ограничений возникла необходимость в новых мероприятиях.

2022 год также стал важным для России в сфере информационных технологий. Изменение геополитической обстановки, введение санкций против РФ затронуло и сферу PR. Если до указанных событий digital-коммуникации развивались быстрыми темпами, то сейчас в данной сфере заметна стагнация по некоторым направлениям.

Большинство компаний пытаются составить прогноз на будущее, какие площадки будут популярны у целевой аудитории, некоторые компании уже адаптировались и активно используют новые инструменты.

Так, согласно исследованию платформы CPEExchange, в 2022 году большее предпочтение отдаётся различным цифровым сервисам. Рассмотрим долю различных видов digital-инструментов, используемых в 2021-2022 гг., представленных на рис.2.

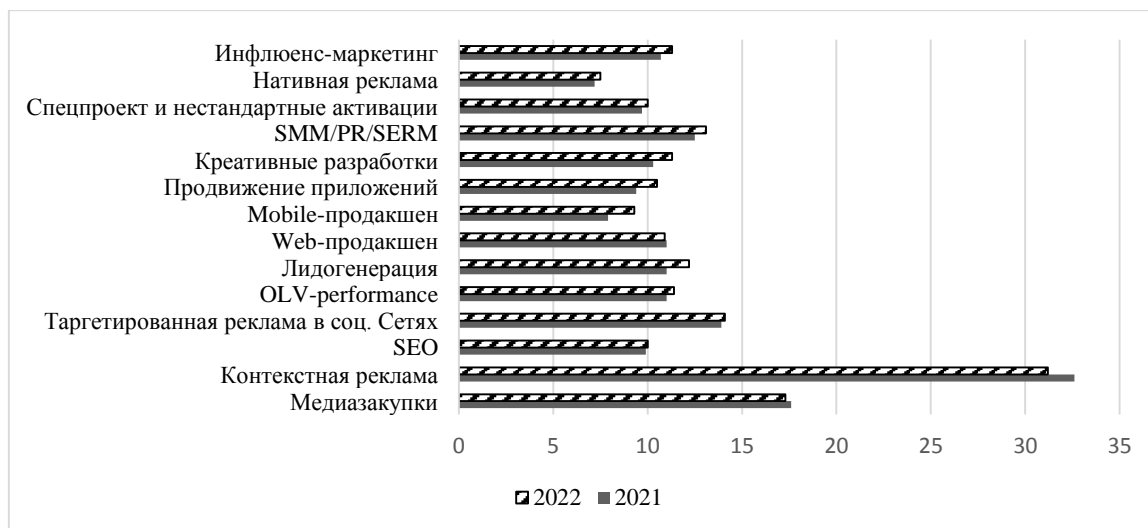


Рис. 2 – Доля различных видов digital-инструментов в среднем по рынку.

Из рис.2 видно, что в 2021 году доля SMM/PR/SERM в digital-сплите составляла 12,5%, а в 2022 году наблюдается рост данных инструментов на 0,6%. Рассмотрим ниже более детально основные тренды PR-деятельности 2022 года на российском рынке.

Социальные сети. Блокировка таких социальных сетей как Facebook и Instagram привела к росту активных пользователей во Вконтакте и Telegram. Так, согласно проведённому исследованию компании VK, в марте месячная аудитория ВКонтакте во всём мире выросла на 2,4% и составила рекордные 100,4 млн. [5]

Что касается Telegram, то в июне 2022 года Павел Дуров сообщил, что число пользователей Телеграма во всем мире достигло 700 млн человек. Ранее в апреле 2022 Statista зафиксировала 500 млн человек – получается, что за пару месяцев размер аудитории мессенджера вырос на 40 %.[6]

Стоит отметить, что на сегодняшний день чётко прослеживается разница между контентом в социальных сетях. То, что можно было запостить в Instagram не совсем уместно для Вконтакте или Telegram. Блокировка Instagram поставила в затруднение специалистов. Выход из такой ситуации нашли и предложили новую социальную сеть –

Россграм, пока приложение находится в разработке, поэтому о будущем успехе или неудаче сложно сказать.

Продвижение в СМИ. Доступных для российских компаний международных онлайн-площадок стало меньше, поэтому популярными становятся продвижение в отечественных СМИ и линкбилдинг. Сегодня отечественные интернет-издания имеют не только официальный сайт, они также используют социальные сети для донесения информации целевой аудитории. Так наиболее популярными являются РБК, ТАСС, РИА «Новости», Lenta.ru и др. Публикации в отечественных СМИ дают положительный отклик не только компании, но и издательствам. Бренд получает возможность увеличить свою аудиторию в пределах страны, а СМИ – повысить узнаваемость за счёт взаимодействия с компанией.

Говоря о линкбилдинге, стоит отметить, что из РФ ушли достойные инструменты и сервисы: Ahrefs, Serpstat, Links-stream, Collaborator, Prnews, Prflare, Prposting. Сервисы аналитики ещё можно продолжить использовать через обходные варианты, а вот биржи полностью заблокировали RU клиентов, RU проекты и сайты-доноры. [7]

Однако сейчас набирает популярность Яндекс.Директ, который по своим инструментам не отстаёт от Google Analytics.

Мероприятия. Пандемия внесла свои коррективы в event-индустрию, популярными стали онлайн мероприятия. Сейчас нет жёстких ограничений, поэтому многие компании задумываются о возвращении к прежнему формату. Но всё же это связано с некоторыми рисками, например, соберутся ли все участники или не возникнет ли новых ограничений. Компромиссное решение – гибридные мероприятия. Так проводятся онлайн-стриминги, трансляции, где выступает спикер на специально подготовленной площадке, а зрители смотрят видеоматериал удалённо.

Конечно, данный формат обусловлен ситуацией с пандемией, поэтому пока не стабилизировалась обстановка, гибридные мероприятия будут преобладать в PR-сфере.

Маркетинг и PR. Сегодня всё чаще говорят о слиянии двух данных дисциплин, причём начало этому было положено ещё в 2016-2017 годах. Маркетинг и PR взаимодействуют и заимствуют инструменты друг друга. Например, высокая узнаваемость бренда в медиа сфере позволяет привлечь внимание аудитории и тем самым сократить издержки на рекламу. А продвижение определённой публикации о компании увеличит охват аудитории. Поэтому сейчас компании требуют, чтобы специалист в области PR обладал компетенциями сферы маркетинга. Дальнейшее взаимодействие этих двух направлений может привести к созданию новой сферы деятельности или расширить границы этих дисциплин.

Инициатива ESG и сотрудничество с НКО. Согласно исследованию dentsu Russia, в 2021 году российские бренды направляли до 3% рекламных бюджетов на реализацию кампаний, связанных с темой устойчивого развития. А в 2022 году эта цифра может достигнуть 5%. Экологические и социальные инициативы активно поддерживают Сбербанк, X5 Group, VK, «Яндекс» и другие крупные корпорации. [8]

Сотрудничество с НКО позволит компании улучшить репутацию и повысить лояльность потребителей. Социально-значимые проекты сейчас только набирают популярность у отечественных компаний. Так распространено мнение, что эко-инициатива - это субботник или озеленение территории компании. Поэтому многие организации нуждаются в новом мышлении, которое позволит решить более глубокие проблемы экологического, социального и корпоративного характера.

Реализация инициатив в области ESG и сотрудничество с НКО позволит компании выделиться среди конкурентов, сформировать положительный имидж, а в дальнейшем – повлиять на эффективность бизнеса.

Выводы. Проследив путь развития PR-деятельности с 2016 года до сегодняшнего времени и рассмотрев основные факторы, влияющие на трансформацию сферы PR, можно отметить, что на отечественном рынке начинается новый этап.

Бурное развитие цифровых технологий, ограничения и самоизоляция, нестабильная обстановка в мире и санкции против РФ – всё это наиболее важные факторы, которые повлияли на направление PR-деятельности в России. На данный момент сложно назвать PR-сферу РФ состоявшейся, ограничения показали, что есть пробелы в системе, есть недоработки и трудности. Но потенциал России в ИТ сфере, а также креативность, амбиции и творческий подход, которые сегодня ценятся среди молодых специалистов, могут создать что-то новое, возможно даже совершенное и полезнее для отечественного рынка.

Отмеченные выше тренды PR-рынка РФ пока актуальны и будут таковыми в ближайшее время. Но не стоит забывать о цифровизации экономики и постоянном совершенствовании технологий. В начале 2023 года PR-сфера возможно будет ещё отставать от мирового рынка, но в дальнейшем можно будет наблюдать функционирование новых инструментов и технологий PR-деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цифровая экономика увеличит к 2025 году ВВП России на 8,9 трлн. руб. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/05/07/2017/595cbefa9a7947374ff375d4 (дата обращения 14.11.2022).
2. Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samyie-vazhnye-cifry-i-statistika/> (дата обращения 14.11.2022).
3. Жильцова О.Н. Цифровые тренды на российском PR-рынке // Вестник МФЮА. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-trendy-na-rossiyskom-pr-rynke> (дата обращения: 17.11.2022).
4. Что ждёт сферу PR в 2019 году. Мнение Запада. [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/marketing/58563-cto-zhdet-sferu-pr-v-2019-godu-mnenie-zapada> (дата обращения: 20.11.2022).
5. ВКонтakte подвела итоги первого квартала 2022. [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/press/q1-2022-results> (дата обращения: 21.11.2022).
6. Аудитория Телеграма в 2022 году: насколько выросла и как это использовать в бизнесе. [Электронный ресурс]. – URL: <https://smmplanner.com/blog/auditoriia-tielieghrama-v-2022-ghodu-naskolko-vyroslo-i-kak-eto-ispolzovat-biznesu/> (дата обращения: 21.11.2022).
7. Как изменился линкбилдинг и что будет с SEO: мнения экспертов. [Электронный ресурс]. – URL: <https://pr-cy.ru/news/p/9339-linkbuilding-v-tekushchey-situatsii-mneniya-ekspertov> (дата обращения: 23.11.2022).
8. Тренды в PR-2022: digital, открытость, инклюзия и эко-повестка. [Электронный ресурс]. – URL: <http://mediabitch.ru/trendy-pr-2022/> (дата обращения: 24.11.2022).

PR ACTIVITIES IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION

Annotation: This article examines the development of PR activities and the main trends of the PR market of the Russian Federation in the process of digital transformation of the economy and under the influence of geopolitical factors. Attention is focused on the most popular digital technologies and digital tools used by PR specialists in the process of communication with the public. It is concluded that it is necessary to create and improve domestic tools and technologies in the field of PR.

Keywords: digitalization, tools, PR activities, communications, public.

E. I. Gridina

Scientific supervisor: Dudnik V.V., Candidate of Economics, Associate Professor
Donetsk National University
E-mail: katrina.gridina@gmail.com

УДК 349

ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА: ПРАВОВАЯ ПРИРОДА

Дышковцова Е.А.

*Научный руководитель: Тропина Д.В., канд.юрид.наук, доцент
ФБГОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева*

Аннотация. В данной статье будет рассмотрено юридическое понятие фейковой новости (дезинформации), правовая природа данного явления, мотивы и цели использования дезинформации средствами массовой информации, влияние дезинформации на формирование общественного мнения, совершенствование механизма юридической ответственности за распространение дезинформации

Ключевые слова: фейковая новость, распространение заведомо ложной информации, общественное мнение, средства массовой информации, юридическая ответственность.

Фейк (от англ. Fake – фальшивка) – это что-то ложное, недостоверное, которое выдается за действительное и реальное, с целью ввести в заблуждение.

Фейковые новости (fake news) – это информация в социальных медиа (сетях) и средствах массовой информации, которая создана как настоящая новость, но ложь в них проверяется и распознаётся. Цель фейковой новости заключается в заблуждении людей, что может привести к нарушению массового общественного порядка, созданию помех функционирования объектов жизнедеятельности и т.д.

В современных условиях любая катастрофа, эпидемия или террористический акт сопровождается распространением фейковых новостей, провоцирующих нагнетание страха и панику среди населения, создающих опасность дестабилизации общества [1].

На данный момент можно выделить несколько видов фейковых новостей, например:

1) Пропаганда – любая информация, распространяемая с целью формирования нужного общественного мнения и манипулирования общественным сознанием. В этих целях часто применяют недостоверную информацию, факты, несоответствующие действительности, задача которых заключена в введение аудитории в заблуждение и в попытках продвигать определённую политическую повестку или точку зрения.

2) Журналистика низкого качества. Случается так, что у журналистов не хватает информации или нет времени проверить всю достоверность найденной информации, в результате чего и совершается большое количество ошибок и дезинформация распространяется непреднамеренно, но очень быстро вызывает общественный резонанс.

3) Громкие заголовки. Иногда происходит так, что новость является правдивой, но, чтобы завлечь аудиторию, побудить их открыть ссылку используется сенсационный или вводящий в заблуждение заголовок.

4) Фиктивный контент. Неправдивые истории умышленно выдаются за сведения из подлинных источников новостей, пытаясь ввести в заблуждение аудиторию.

Как отмечают некоторые ученые, недобросовестные субъекты для реализации своих целей часто используют возможность анонимного распространения информации. Такими методами могут осуществляться различные воздействия при помощи открытой дезинформации, распространения ложных сведений - субъекты в данном случае зачастую остаются неизвестными, а поэтому и безнаказанными [2].

Одним из наиболее эффективных способов предотвращения и пресечения деятельности по распространению недостоверной информации является модернизация

существующего правового регулирования в части совершенствования законодательства о средствах массовой информации, а также принятие новых специальных нормативных актов, которые должны установить правовой статус таких субъектов медиасистемы, как интернет-провайдеры, блогеры, владельцы социальных сетей и др. [3]

В настоящий момент в российской правовой системе есть два базовых закона, которые регулируют отношения средств массовой информации с государством и обществом, определяют понятие и систему средств массовой информации, устанавливают пределы правового регулирования ограничений использования и распространения информации:

- Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Так, статьи 5,6,10 указанного закона разрешают использовать информацию по своему усмотрению, распространять ее любыми способами, если содержание не угрожает основам конституционного строя, не вредят здоровью, нравственности, правам граждан [4]

- Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации». В частности, статья 51 закона не даёт журналистам злоупотреблять своими правами. Не допускается использование установленных настоящим Законом прав журналиста в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации [5]

Надзор за достоверностью информации осуществляет Генеральный прокурор Российской Федерации и его заместители. В случаях обнаружения распространения недостоверной информации, они обращаются в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) с требованием ограничить доступ к данной информации. Роскомнадзор, в свою очередь, выдает предписание руководству средства массовой информации удалить фейковую новость.

Однако, такой механизм государственного регулирования был бы недостаточным без закрепления норм юридической ответственности за совершение правонарушений в сфере распространения информации. В марте 2019 года Государственная Дума приняла поправки в Кодекс об административных правонарушениях и Уголовный кодекс Российской Федерации, которые направлены на противодействие фейковым новостям и борьбу с дезинформацией [6].

Так, Кодекс об административных правонарушениях дополнился статьей 13.15. «Злоупотреблением свободой массовой информации» [7]. Штрафы за распространение недостоверной информации отражены в таблице.

Ст. 13.15 ч. 9, ч. 10, ч. 10.1, ч. 10.2	Первое распространение ложной информации	Повторное распространение ложной информации	Информация, которая привела к смерти человека, причинению вреда здоровью или имуществу
Для граждан	От 30 тыс. до 100 тыс. рублей	От 100 тыс. до 300 тыс. рублей	От 300 тыс. до 400 тыс. рублей
Для должностных лиц	От 60 тыс. до 200 тыс. рублей	От 300 тыс. до 600 тыс. рублей	От 600 тыс. до 900 тыс. рублей
Для юридических лиц	От 200 тыс. до 500 тыс. рублей	От 500 тыс. до 1 млн. рублей	От 1 млн. до 1,5 млн. рублей

В Уголовный кодекс, в свою очередь, были введены статья 207.1 «Публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан, и (или) о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты от указанных обстоятельств» (Штраф в размере от 300000 тыс. рублей до 700000 тыс. рублей или обязательные работы на срок от 360 часов, или исправительные работы до 1 года, или ограничение свободы до 3-х лет) и статья 207.2. «Публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной общественно значимой информации, повлекшее по неосторожности причинение вреда здоровью человека» (Штраф в размере от 700000 тыс. рублей до 1 млн. рублей или исправительные работы до 1 года, или лишение свободы до 3-х лет). То же деяние, повлекшее по неосторожности смерть человека или иные тяжкие последствия, наказывается штрафом в размере от 1,5 млн. рублей до 2 млн. рублей или исправительными работами на срок до 2 лет, либо принудительными работами на срок до 5 лет, либо лишением свободы на 5 лет [8].

В свете последних событий, которые происходят в нашей стране на протяжении 2022 года, возникла острая необходимость ввести в Уголовный кодекс ответственность за распространение еще одного вида ложной информации, касающейся деятельности государственных органов и Вооруженных Сил РФ. С апреля 2022 года действует статья 207.3. «Публичное распространение заведомо ложной информации об использовании Вооруженных Сил Российской Федерации, исполнении государственными органами Российской Федерации своих полномочий». На наш взгляд, такая специальная норма очень важна в условиях тотального распространения фейков и транслирования антигосударственной политической повестки. Есть, конечно, пока еще проблемы в установлении всех элементов состава этого преступления, и наиболее сложным представляется нам доказывание умысла при совершении этого деяния. Однако, само наличие такой нормы играет огромную роль в обеспечении информационной безопасности нашей страны.

Фейковая новость используется как новый тренд XXI века. Они создаются для того, чтобы отвлечь внимание аудитории от значимых и важных новостей, а также чтобы вселить панику в общественность. Например, в период пандемии коронавируса активно тиражировалась новость, что технология 5G являлась распространителем коронавируса, якобы она подавляет иммунитет, так как вирус передается через радиоволны. Фейковую новость выгодно создавать для поднятия популярности и денежных доходов. Например, новости про известных личностей достаточно быстро распространяются благодаря их популярности, что и увеличивает прибыль данного ресурса. В качестве рекомендаций можно предложить следующие шаги по соблюдению «информационной гигиены»:

- 1) Читать заголовок. Если заголовок «кричит» о сенсации, стоит подумать правда это или нет;
- 2) Обращать внимание на официальные источники.
- 3) Проверить дату выхода публикации. Как правило фейковые новости не имеют даты выхода.
- 4) Проверить данную информацию на нескольких новостных сайтах (РИА Новости, ТАСС и другие)

Также, полностью согласимся с мнением ученых, которые считают правовое просвещение и правовое информирование с использованием электронных средств коммуникации одним из эффективных способов воздействия на сознание общества, позволяющий ориентировать должностных лиц и граждан в правовом пространстве государства, формировать определенное законами страны правовое поведение и противопоставлять правовую информацию фейковой информации [9].

Подводя итог, мы можем сделать вывод что распространение ложной информации действительно является феноменом и проблемой XXI века, которая может привести к необратимым последствиям. Государство старается минимизировать масштаб распространения ложной информации, но абсолютно все источники невозможно контролировать, поэтому большие надежды мы возлагаем на гражданское общество, которое все активнее заявляет о себе перед лицом внешних и внутренних угроз.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Нечкин А.В., Истомина М.А. Теоретико-правовые основы борьбы с манипулированием массовым сознанием в сети Интернет на примере Российской Федерации // Актуальные проблемы российского права. 2022. № 1. С. 90 - 104.
2. Терских А.И. Уголовный закон в реалиях информационного общества: новости фейковые - наказание реальное // Законность. 2022. № 8. С. 32 - 37.
3. Совик Ю.И. Ограничение распространения недостоверной общественно значимой информации: опыт европейских государств // Конституционное и муниципальное право. 2020. № 8. С. 72 - 80.
4. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СПС Консультант Плюс (дата обращения 17.11.2022г.)
5. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»
6. Федеральный закон от 18.03.2019 № 27-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» // СПС Консультант Плюс (дата обращения 17.11.2022г.)
7. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СПС Консультант Плюс (дата обращения 17.11.2022г.)
8. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 № 63-ФЗ // СПС Консультант Плюс (дата обращения 17.11.2022г.)
9. Долидзе Н.И., Ионкина Р.С. Современные технологии правового просвещения и правового информирования как инструмент профилактической деятельности прокуратуры // Российский следователь. 2021. № 9. С. 54 - 57.

FAKE NEWS IN THE MODERN LIFE OF SOCIETY: LEGAL NATURE

Annotation. This article will consider the legal concept of fake news (disinformation), the legal nature of this phenomenon, the motives and goals of the use of disinformation by the media, the influence of disinformation on the formation of public opinion, the improvement of the mechanism of legal responsibility for the dissemination of disinformation

Keywords: fake news, dissemination of deliberately false information, public opinion, mass media, legal liability.

Dyshkovtsova E.A.

Scientific supervisor: Tropina D.V.

ketrin2703.kd@gmail.com

УДК 504.062

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ

*Ефименко С.А., Прохоренко С. Д.
Научный руководитель: Ялунер А.Ф., ассистент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В статье рассмотрены основные преимущества использования ресурсосберегающих технологий в промышленном производстве для сохранения окружающей природной среды. Кроме того, произведен анализ региональных аспектов использования ресурсосберегающих технологий. Проанализирован природоохранный эффект от использования ресурсосберегающих технологий. Рассмотрены особенности региональных программ в сфере ресурсосбережения.

Ключевые слова: ресурсосберегающие технологии, ресурсосбережение, окружающая среда, переработка отходов, вторичное использование материалов, рациональное потребление ресурсов.

Актуальность. Масштабность техногенных катастроф в современном мире достигла критической точки. В результате роста объемов промышленного производства происходит истощение ограниченных природных ресурсов, изменение климата, загрязнение водоемов, атмосферного воздуха, скопление отходов на поверхности Земли. Развитие промышленного производства приводит к деградации окружающей природной среды, ухудшению состояния здоровья и сокращению продолжительности жизни населения. С целью поддержания сбалансированного эколого-экономического развития отраслей и территориальных единиц необходимо осуществлять переход к ресурсосберегающему типу производства, который направлен на эффективное использование ресурсов, чем и обусловлена актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с особенностями применения ресурсосберегающих технологий посвящены работы таких ученых, как Е. Н. Староверова, В. Г. Азаров, Е.Л. Ревякин, А.Т. Табашников, Е.М. Самойленко, В.И. Драгайцев, С. С. Артемьева. Вместе с тем остается неразрешенной проблема рассмотрения возможностей применения ресурсосберегающих технологий на региональном уровне.

Цель исследования является анализ существующих ресурсосберегающих технологий и возможности их применения на региональном уровне.

Результаты исследования. Ресурсосберегающие технологии представляют собой совокупность технологических операций, которые обеспечивают производство продукции с минимальным потреблением ресурсов (природных, водных, энергетических, минеральных и др.) и способствуют сохранению качества изготавливаемой продукции, требуемого уровня производительности труда и экологической безопасности на протяжении всего операционного цикла [1].

Применение ресурсосберегающих технологий способствует выстраиванию такого принципа функционирования народного хозяйства, при котором рационально используются ограниченные природные ресурсы и не нарушается экологическое равновесие в регионе.

К основным особенностям использования ресурсосберегающих технологий в производственном процессе можно отнести:

- комплексное использование ресурсов с возможностью их переработки для вторичного использования в производственном цикле;
- сокращение всех видов потерь;

- полное участие вторичных материальных и энергетических ресурсов в хозяйственном круговороте;
- управление отходами, создание малоотходных и безотходных производств;
- замкнутые водооборотные циклы;
- создание оптимальных технологических схем с замкнутым материальным и энергетическими потоками;
- рекуперацию энергии [2].

Поддержание экологического равновесия в регионе на основе применения ресурсосберегающих технологий возможно за счет формирования замкнутого цикла производства, который функционирует по следующей системе: «ресурсы, сырье, материалы – производственный процесс – реализация готовой продукции – окончание жизненного срока эксплуатации продукта – переработка продукта – вторичное использование ресурсов». Переход к замкнутой системе производства позволит приблизить хозяйственную деятельность к принципам воспроизводства природных циклов биосферы, в которой все элементы взаимосвязаны и функционируют непрерывно для обеспечения поддержания жизнедеятельности общества.

К основным преимуществам использования ресурсосберегающих технологий можно отнести:

1. Сокращение образования отходов на поверхности земли;
2. Уменьшение загрязнения атмосферного воздуха;
3. Рациональное использование ограниченных природных ресурсов;
4. Очистку водных объектов;
5. Предотвращение деградации земель;
6. Сохранение окружающей природной среды.

Примеры ресурсосберегающих технологий представлены в табл. 1.

Таблица 1

Примеры ресурсосберегающих технологий

Ресурсосберегающая технология	Характеристика	Положительный эффект для состояния окружающей природной среды
Солнечная энергия	Обеспечивают замену традиционных источников энергии за счет применения солнечных панелей, которые преобразуют солнечную энергию в постоянный электрический ток	<ul style="list-style-type: none"> – снижает загрязнение атмосферного воздуха; – сокращает потребление воды; – уменьшает расход невозобновляемых источников энергии; – способствует борьбе с изменением климата
Ветровые электростанции	Ветровые электростанции вырабатывают электричество благодаря использованию специальных генераторов в виде ветряных турбин, которые функционируют от энергии ветра	<ul style="list-style-type: none"> – неиссякаемость источника генерации энергии; – сохранение ископаемого топлива; – отсутствие выбросов вредных веществ в экосистемы
Биотопливо	Топливо полученное из сельскохозяйственных культур и растений	<ul style="list-style-type: none"> – сокращение выбросов парниковых газов; – целенаправленное использование биотоплива в промышленности, сельском, коммунальном, транспортном приводит к снижению потребления сырой нефти;

		– утилизация отходов сельского хозяйства и промышленных предприятий
Безотходные технологии	Принцип организации производства, в основе которого лежит использование сырья и энергии в замкнутом цикле	– рациональное использование природных ресурсов; – сокращение потребления энергии в производстве; – снижение выбросов в окружающую природную среду
Станки с числовым программным управлением и полностью компьютеризированные линии	Благодаря таким технологиям появляется возможность с максимальной точностью и экономичностью вырезать детали из цельных кусков металла	– обеспечивают сокращение количества отходов на 50-80%; – безопасное хранение опасных отходов
Онлайн платформа OpenET	В основе данной платформы лежит планирование поливов и измерение водопотребления	– рациональное использование водных ресурсов; – создание устойчивых систем водоснабжения; – экономия энергии

В таблице 1 представлены некоторые технологии, которые могут быть использованы в хозяйственной деятельности с целью оптимального использования ограниченных природных ресурсов и поддержания экологического равновесия.

Рассмотрим особенности применения ресурсосберегающих технологий на примере регионов Российской Федерации. В современных условиях для России ресурсосбережение является приоритетным направлением развития, так как народное хозяйство ежедневно потребляет около 5 трлн. т материальных ресурсов. В стоимости валового общественного продукта на материальные затраты приходится около 60%, а в общих затратах промышленности на сырье, материалы, топливо и энергию приходится 75%. Истощение ресурсной базы увеличили затраты на добычу первичного сырья. В этих условиях с целью сбалансированного использования ресурсов регионы России осуществили переход к ресурсосбережению.

Так, в Республике Татарстан на период 2021-2023 гг. принята программа в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности. Целью данной программы является повышение эффективности потребления энергетических ресурсов, основой которого является достижение наиболее высоких целевых показателей энергосбережения и снижения финансовой нагрузки на бюджет за счет реализации энергосберегающих мероприятий и снижения энергоемкости. Реализация данной программы направлена на снижение удельной величины потребления топливно-энергетических ресурсов при сохранении устойчивости функционирования организации [3].

В Тюменской области, согласно административному решению, предприятиям при внедрении новых ресурсосберегающих технологий в животноводстве компенсируется часть стоимости техники (до 30%), приобретаемой в молочно-товарных фермах. Его доставка, оплата по договору аренды, субаренды (до 30%). 19 февраля 2021 года постановлением правительством Тюменской области утверждается программа «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности». Приоритетными направлениями внедряемой программы являются:

1) формирование надежной системы обеспечения региональной энергетической безопасности с учетом оптимизации территориальной структуры производства и потребления топливно-энергетических ресурсов;

2) формирование правовых, организационно-управленческих, финансовых и материально-технических условий, способствующих разработке и реализации проектов в сфере энергосбережения и повышения энергетической эффективности;

3) стимулирование привлечения внебюджетных источников финансирования в реализацию проектов по энергосбережению и повышению энергетической эффективности [4].

9 августа 2017 года постановлением коллегии администрации Кемеровской области утверждена Комплексная региональная программа «Обращение с отходами производства и потребления, в том числе с твердыми коммунальными отходами, Кемеровской области – Кузбасса» на 2017-2026 годы. В основе реализации данной программы лежат следующие цели:

- создание эффективной региональной системы управления отходами, в том числе твердыми коммунальными отходами;
- минимизация накопленного экологического ущерба;
- снижение загрязнения окружающей среды отходами производства и потребления, в том числе твердыми коммунальными отходами;
- увеличение объемов отходов, вовлекаемых в хозяйственный оборот в качестве дополнительных материальных и энергетических ресурсов;
- безопасное захоронение отходов, не подлежащих дальнейшему использованию [5].

На сегодняшний день экономия ресурсов является одной из основных задач при освоении новых технологий и развитии любого производства. При эффективных экономических механизмах можно обеспечить эффективное внедрение ресурсосберегающих технологий. Экономический механизм внедрения ресурсосберегающих технологий представляет собой систему форм и методов, воздействующих на поведение товаропроизводителей в области ресурсосбережения в производственном процессе.

Выводы. В современных условиях решающим фактором повышения эффективности управления и удовлетворения растущего спроса на ресурсы является разработка и внедрение инновационных ресурсосберегающих технологий. Использование ресурсосберегающих технологий оказывает положительное воздействие на эколого-экономическое развитие региона. Основой ресурсосбережения является эффективное использование материальных, трудовых, природных и финансовых ресурсов при одновременном снижении общих затрат на производство и реализацию продукции. Ресурсосбережение становится условием эффективности отдельных компаний, отраслевых объединений и промышленного производства. Широкое внедрение ресурсосберегающих технологий в промышленном производстве способствует сохранению природной среды и эффективному использованию ограниченных природных ресурсов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Протасов В.Ф, Матвеев А.С /Экология: Термины и понятия. Стандарты, сертификация. Нормативы и показатели: учеб. и справочное пособие // Финансы и статистика, 2001. – 208 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ruecology.info/term/10495/>
2. Ресурсосберегающие технологии в отрасли: краткий курс лекций для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент / Сост.: Е.А. Котельникова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – 56 с.
3. Программа в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности на период 2021-2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gosalcogol.tatarstan.ru/postanovlenie-kabinet-a-ministrov-respubliki.htm?pub_id=2618146.htm

4. Правительство Тюменской области постановление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://admtumen.ru/files/upload/OIV/D_gkh/программа%20энергосбережения.pdf

5. Постановление Коллегии Администрации Кемеровской области от 09.08.2017 № 419 "Об утверждении комплексной региональной программы "Обращение с отходами производства и потребления, в том числе с твердыми коммунальными отходами, Кемеровской области" на 2017 – 2026 годы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/4200201708140002>

FEATURES OF USE OF RESOURCE-SAVING TECHNOLOGIES TO PRESERVE THE ENVIRONMENT

Annotation. The article discusses the main advantages of using resource-saving technologies in industrial production to preserve the natural environment. In addition, an analysis of regional aspects of the use of resource-saving technologies was made. The environmental effect from the use of resource-saving technologies is analyzed. The features of regional programs in the field of resource saving are considered.

Keywords: resource-saving technologies, resource saving, environment, waste processing, recycling of materials, rational use of resources.

Efimenko S.A., Prokhorenko S.D.

Scientific adviser: Yaluner A.F., assistant of the department of management

Donetsk National University

E-mail: efimenko.0400@mail.ru

УДК 339.9

МЕСТО И РОЛЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ

Жолоб В.А.

*Научный руководитель: Туралина А.Г., канд.экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В данной статье рассматривается оценка роли и места Российской Федерации на мировом рынке энергоресурсов по следующим трем позициям: рынок нефти, рынок природного газа, рынок угля. Основной идеей данной работы является выявление реальных позиций РФ в экспорте энергоресурсов и, следовательно, ее влияния на мировой рынок.

Ключевые слова: энергоресурсы, нефть, природный газ, уголь.

На сегодняшний день мировой рынок энергоресурсов является одним из основных рынков, на которых происходит регулирование мировой экономики и геополитической ситуации. Актуальным является определение сохранения стабильности экономики Российской Федерации в условиях западных санкций как одного из крупнейших игроков мирового рынка энергоресурсов.

При оценке роли и места Российской Федерации на мировом рынке торговли энергоресурсами необходимо рассмотреть три основных рынка:

- нефти;
- природного газа;
- угля.

Россия на глобальном рынке нефти

По оценкам экспертов, на конец 2021 г. запасы нефти в Российской Федерации оценивались в 6% от мировых доказанных запасов нефти. Это весьма крупные показатели, которые, впрочем, уступают по объемам таковых в Венесуэле (17,7%), Саудовской Аравии (15,7%), Канаде (10,1%), Иране (9,3%), Ираке (8,4%) и сопоставимы с запасами Кувейта (6%) и ОАЭ (5,8%) [1].

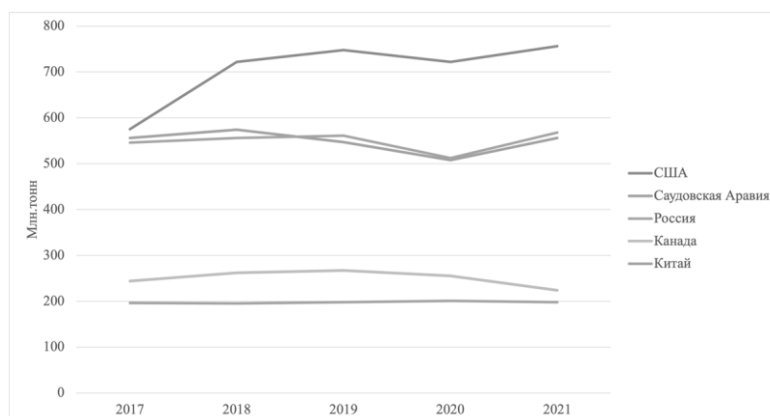


Рис. 1 Динамика объемов нефтедобычи по пяти крупнейшим нефтепроизводящим странам в 2017-2021 гг., млн. тонн

Составлено автором на основе данных BP Statistical Review of World Energy 2021 [2].

На рисунке 1 приведены статистические данные по пяти крупнейшим нефтепроизводящим странам за 2017-2021 года. Как видно, Россия занимала третье место в мире в промежуток с 2017 по 2020 год, а в 2021 году вышла на 2 место по объемам нефтедобычи. При доле в общемировых запасах нефти 6% удельный вес России в

общемировой нефтедобыче составляет 12,4%. По данным рис. 1 четко прослеживается снижение объемов нефтедобычи в мире в 2019 году, что несомненно связано с коронакризисом, однако, уже в 2021 году видна динамика по нормализации в пяти ведущих странах-добытчиках.

На рис. 2 представлена динамика экспорта нефти из пяти ведущих стран-экспортеров за период с 2017 по 2021 год. По результатам статистики можно отметить, что спад в экспорте также пришелся на 2019 год, после чего наблюдается тенденция к нормализации объемов. При сопоставлении данных рис. 1 и рис. 2 становится заметна несопоставимость лидеров в добыче и экспорте нефти в мире. Это связано с тем, что не все страны среди лидеров по нефтедобычи выходят на рынок с предложением продажи больших объемов, а используют их внутри страны из-за большой энергоемкости национальной экономики. Можно отметить, что Россия стабильно занимает второе место в списке стран-экспортеров нефти после Саудовской Аравии. На долю Российской Федерации приходится порядка 13,5 % ежегодного экспорта в мире.

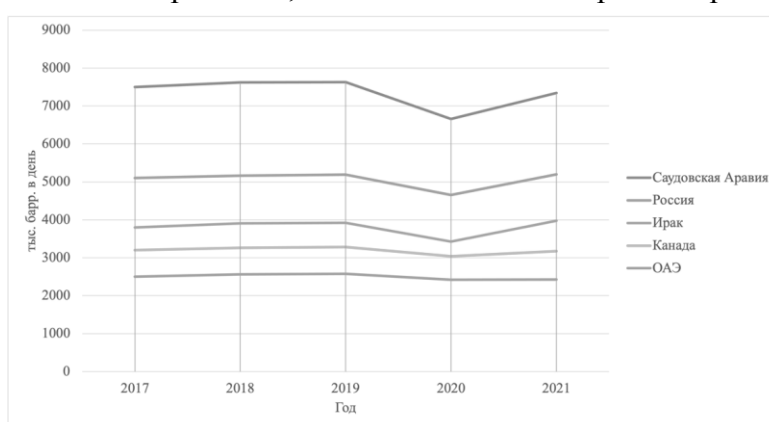


Рис. 2 Динамика объемов экспорта нефти по пяти крупнейшим странам-экспортерам в 2017-2021 гг., млн. тонн

Составлено автором на основе данных BP Statistical Review of World Energy 2021 [2].

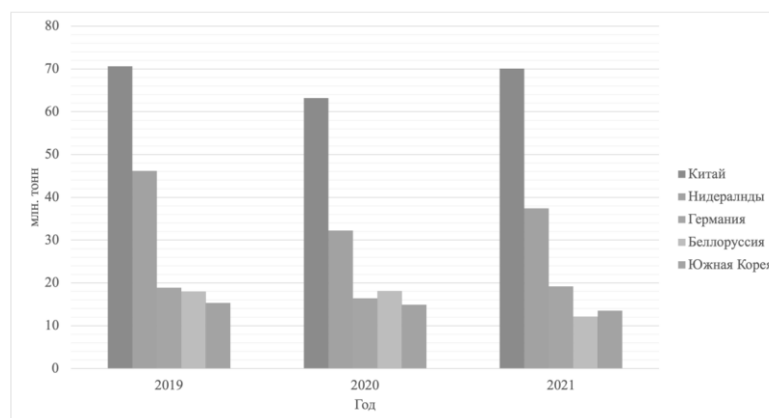


Рис. 3 Динамика объемов импорта нефти из РФ по пяти крупнейшим странам-импортерам в 2019-2021 гг., млн. тонн

Составлено автором на основе данных IEA [4].

В топ-5 стран-импортеров нефти (рис. 3) из РФ являются Китай, Нидерланды, Германия, Белоруссия и Южная Корея, причем доля импорта нефти в общем импорте нефти равняется 68,2%, 72,4%, 65,3%, 92,4% и 62,2% соответственно. То есть можно сказать, что данные страны имеют большую зависимость от импорта нефти из РФ и являются неспособными отказаться от импортируемых объемов ввиду географического положения и опасности экономического кризиса. По данным статистики рис 3 можно

также наблюдать, что спад по импорту нефти стран, кроме Беларуси, пришёлся на 2019, в 2021 году объёмы пошли на динамику нормализации.

Россия на глобальном рынке природного газа

Доказанные запасы природного газа в РФ составляют около 17% общемировых, или 32,3 трлн куб. метров. По объёму запасов Россия занимает второе место в мире после Ирана (18,2%) и опережает Катар (13,1%), Туркменистан (9,4%), США (5,6%), Саудовскую Аравию (4,5%), ОАЭ (3,3%), Венесуэлу (3%), Ирак (2%), Китай (2,1%) и ряд других газодобывающих стран мира.

На рис. 4 представлена динамика добычи СПГ по пяти крупнейшим странам. Российская Федерация занимает второе место, после США, среди данных стран с общим объёмом 17,3% от мировой добычи. Однако, в грядущей перспективе Россия может переместиться на лидирующую позицию из-за того, что с начала 2021 года США начали сокращать добычу газа вследствие истощения сланцевых месторождений. В целом кризис 2019 года на добычу газа оказал меньшее влияние чем на добычу нефти, но сокращение объёмов нельзя не отметить.

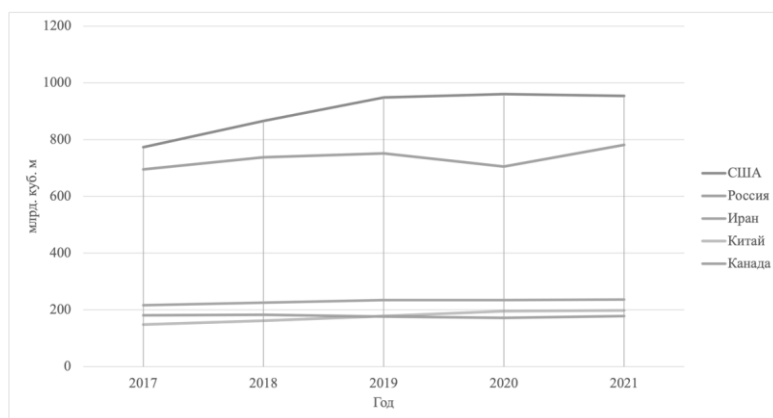


Рис. 4 Динамика объемов добычи газа по пяти крупнейшим странам-добытчикам в 2017-2021 гг., млрд. м³

Составлено автором на основе данных IEA [3].

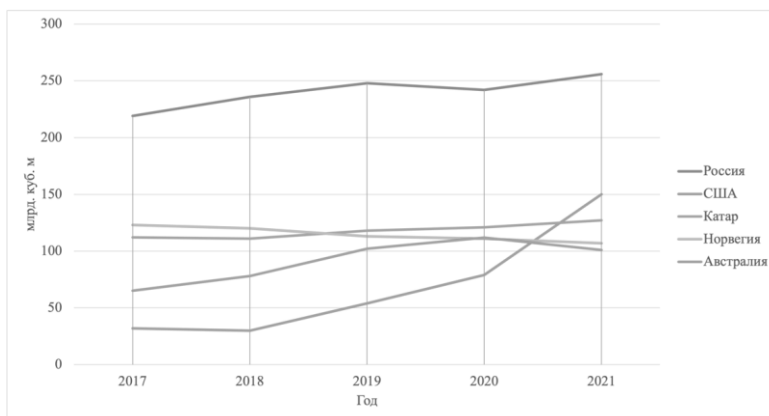


Рис. 5 Динамика объемов экспорта СПГ по пяти крупнейшим странам-экспортерам в 2017-2021 гг., млрд. м³

Составлено автором на основе данных BP Statistical Review of World Energy 2021 [3].

Россия занимает лидирующую позицию среди 5-ти самых крупных стран-экспортеров СПГ в мире (рис. 5) с подавляющей долей 25,6% от мирового экспорта СПГ. Америка впервые заняла второе место по экспорту СПГ в 2021 году увеличив экспорт на 49,5% с 2020 года, обогнав Катар, Норвегию и Австралию.

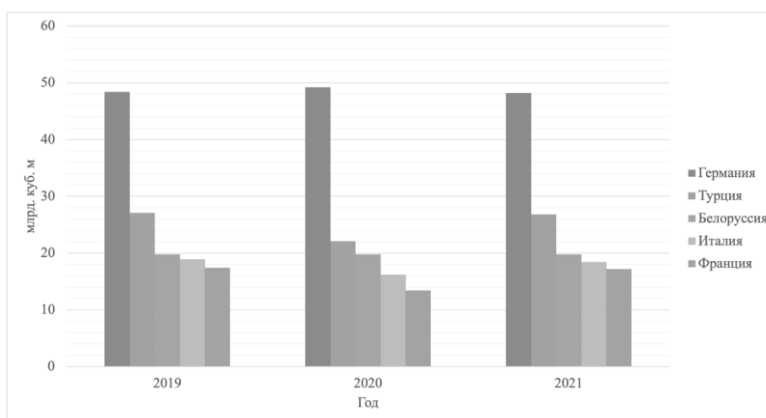


Рис. 6 Динамика объемов импорта СПГ из РФ по пяти крупнейшим странам-импортерам в 2019-2021 гг., млрд. м³

Составлено автором на основе данных IEA [4].

На рис. 6 приведена статистика лидирующих стран-импортеров СПГ из России. В данную пятерку входят Германия, Турция, Белоруссия, Италия и Франция с соответствующими долями 78,8%, 64,4%, 92,2%, 88,4% и 76,6% от общего импорта газа в данные страны соответственно. Из приведённой статистики видно, что в 2020-м году было снижение импорта объемов СПГ во всех лидирующих странах импортерах кроме Беларуси и Германии: Германия, наоборот, повысила объем импорта, а в Беларуси объемы остались неизменными. В 2021 году объемы начали нормализоваться.

Россия на глобальном рынке угля

В российских недрах сосредоточено более 157 млрд тонн разведанных запасов угля, что составляет порядка 17,6% от общемировых показателей.

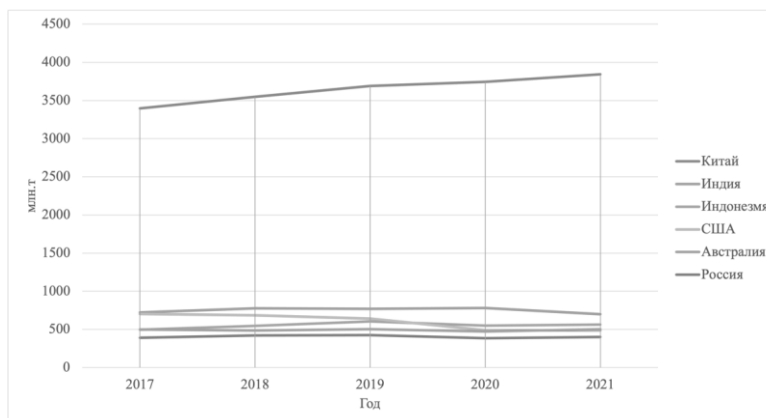


Рис. 7 Динамика объемов добычи угля по шести крупнейшим странам-добытчикам в 2017-2021 гг., млн. тонн

Составлено автором на основе данных IEA [3].

На рис. 7 приведена динамика по лидирующим странам в добыче угля. Первое место среди шести лидеров по добыче угля в мире занимает Китай, второе - Индия, в 2021-м году на третье место вышла Индонезия, на четвертое – Австралия, на пятое -

США, а Россия на протяжении всего рассматриваемого периода находится на шестом месте.

Несмотря на то, что Россия даже не входит в топ-5 стран по добыче угля, она является 3-ей в пятёрке лидеров по экспорту угля (рис. 8). Это объясняется тем, что в структуре индекса конечного энергопотребления TFC (Total final energy consumption) для России в 2021 г. удельный вес угля составлял 2,7%, значительно уступая нефтепродуктам (28%), природному газу (29%), электроэнергии (40%), что в свою очередь вызвано тем, что РФ, например, для выработки электроэнергии значительно меньше использует уголь, нежели природный газ.

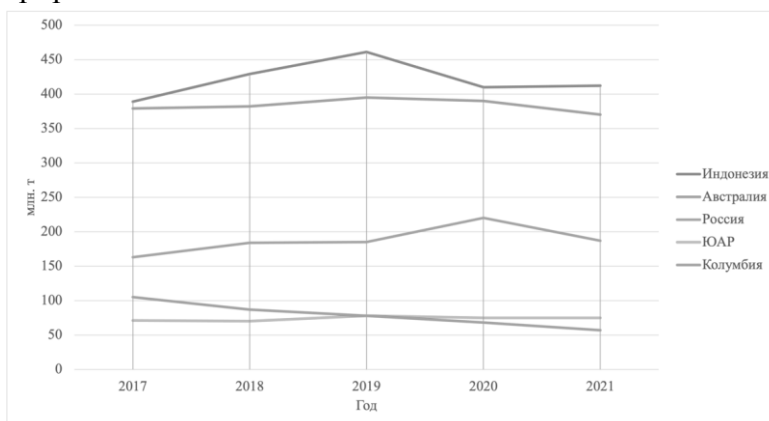


Рис. 8 Динамика объемов экспорта угля по пяти крупнейшим странам-экспортерам в 2017-2021 гг., млн. тонн

Составлено автором на основе данных BP Statistical Review of World Energy 2021 [3].

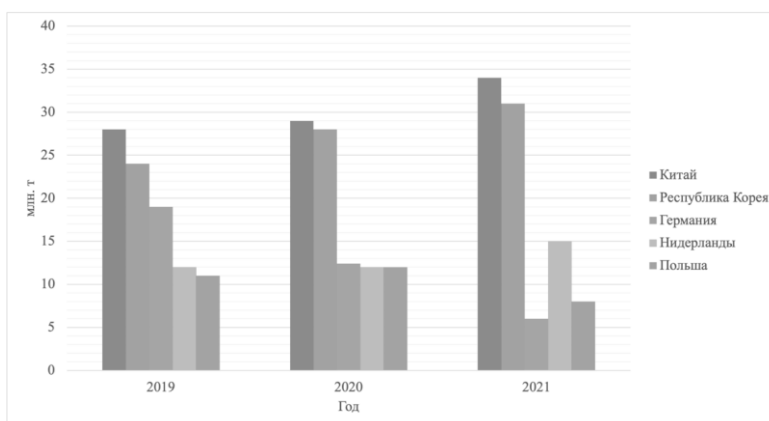


Рис. 9 Динамика объемов импорта угля из РФ по пяти крупнейшим странам-импортерам в 2019-2021 гг., млн. тонн

Составлено автором на основе данных IEA [4].

Из проведённой статистики на рис. 9 можно сделать вывод, что Россия в последнее время переориентируется с европейского на азиатский рынок, однако, в то же время, остается крупнейшим поставщиком угля в ЕС. Так в 2021-м году крупнейшими импортёрами угля из Российской Федерации стали Китай, Республика Корея, Германия, Нидерланды и Польша с соответствующими долями 15%, 14%, 4%, 7% и 5%.

Итак, природный газ является важнейшим энергетическим ресурсом России как для внутреннего обеспечения потребностей в энергии, так и для национального экспортного потенциала. Так, в структуре агрегированного энергетического индекса TPES (Total primary energy supply), который показывает суммарное первичное обеспечение страны источниками энергии, для России доля природного газа составила 54%, нефти - 22, угля - 15, других источников (включая атомную и гидроэнергию) - 9,2%.

Традиционно сложилось так, что Россия – страна, богатая различными видами полезных ископаемых, - поставляет большую часть своих экспортируемых энергоресурсов в страны Европы. В настоящее время одним из приоритетов энергетической политики Российской Федерации является расширение присутствия на энергетических рынках стран АТР, особенно в странах Восточной Азии. Это представляется целесообразным и взаимовыгодным экономически, ввиду растущего энергопотребления в этих странах и высокого спроса на зарубежные источники энергии.

При этом основным стратегическим направлением России является развитие сотрудничества не только со сложившимися партнерами в регионе АТР (Китай, Республика Корея, Япония), но и с другими странами региона (в частности, Вьетнам). Если для европейских стран и Японии Россия выступает в основном поставщиком энергоресурсов и заинтересована в их инвестициях и технологиях, то совершенно иную нишу она способна занять на энергетических рынках стран Юго-Восточной Азии: для этих государств Россия может стать поставщиком современных энергосистем, продукции и услуг энергомашиностроения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. US Energy Information Administration, Russia Profile. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.eia.gov/beta/international/analysis.cfm?iso=RUS>
2. BP Statistical Review of World Energy 2021. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.bp.com/en/global/corporate/energy#economics/statistical#review#of#world#energy.html>.
3. US Energy Information Administration, Russia Profile. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.iea.org/analysis?type=report>
4. EUROSTAT. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: ec.europa.eu/eurostat

IMPACT OF GLOBALIZATION PROCESSES ON DEVELOPMENT OF THE GLOBAL FINANCIAL SERVICES MARKET

Annotation. This article examines the assessment of the role and place of the Russian Federation in the world energy market in the following three positions: oil market, natural gas market, coal market. The key point of the article is to identify the real positions of the Russian Federation in the export of energy resources and, consequently, its influence on the world market.

Keywords: energy resources, oil, natural gas, coal.

Zholob V.A.

Scientific adviser: Turalina A. G.

Donetsk National University

E-mail: zh05022002@yandex.ru

УДК 366.5

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ДНР: АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

Забавина М.С.

ГОО ВПО ДОННМУ им. М. Горького

*Научный руководитель: Некрасова О.Л., д-р экон.наук, доцент
ГОО ВПО «ДОННУ»*

Аннотация: в статье анализируются административно-правовые аспекты защиты прав потребителей в Донецкой Народной Республике: выделены вопросы, требующие оперативного регулирования в рамках государственной политики защиты прав потребителей, исследована нормативно-правовая база в сфере защиты прав потребителей и основные причины нарушения прав потребителей в ДНР

Ключевые слова: потребитель, законодательство, стандарты, качество, надзор, контроль.

Актуальность. В связи с незавершенностью формирования в ДНР законодательства о защите прав потребителей, его модернизацией в соответствии с новыми тенденциями на потребительском рынке, вопросы обеспечения и защиты прав потребителей становятся по-новому актуальными.

Объективная необходимость удовлетворения гражданами ДНР продовольственных потребностей, обеспечивающих достойный уровень жизни, обуславливает высокие требования к качеству производимых товаров и оказываемых услуг. Обеспечение потребителей Республики физически и экономически доступными товарами надлежащего качества, а также защита прав потребителей от противоправных действий являются стратегически важными вопросами обеспечения продовольственной и национальной безопасности Донецкой Народной Республики.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы государственной политики защиты прав потребителей освещены в научных трудах С.С. Алексева, В.Н. Аргунова, В.В. Витрянского, О.С. Иоффе, Ю.С. Мельниченко, М.Ю. Чельшева и др.

Цель исследования: раскрыть основные законодательные и административные аспекты защиты прав потребителей в ДНР.

Результаты исследования. В современных условиях вопрос обеспечения продовольственной безопасности Республики является одним из приоритетных. Вместе с тем существует объективная необходимость законодательного обеспечения безопасности потребителей. К числу основных вопросов, требующих оперативного регулирования в рамках государственной политики защиты прав потребителей относят:

- правовое просвещение субъектов потребительских отношений – изготовителей, исполнителей, продавцов и покупателей;
- соответствие товаров, работ и услуг стандартам качества;
- соблюдение санитарно-гигиенических норм производства, хранения и реализации товаров;
- нарушения законодательства ДНР (отказ в обмене товара и возврате денежных средств за приобретенный товар, нарушение сроков устранения недостатков товара, несвоевременная и умышленная замена ценников и др.);
- проблемы фальсификации товаров и товарных знаков;
- проблемы фальсификации сертификатов качества, маркировки, товаросопроводительных документов, страны происхождения товаров.

На сегодняшний день в ДНР принят ряд законов и нормативно-правовых актов в сфере защиты прав потребителей: Закон ДНР «О безопасности и качестве пищевых продуктов» №

120-ІНС от 08.04.2016 г. [1]; Закон ДНР «О защите прав потребителей» № 53-ІНС от 05.06.2015г. [2]; Закон ДНР «Об обращениях граждан» № 13-ІНС от 20.02.2015 г. [6].

В ДНР законодательно провозглашены основные права и интересы потребителей, которые соответствуют международно-правовым стандартам. Закон ДНР «О защите прав потребителей» № 53-ІНС от 05.06.2015 (с изменениями от 12.03.2020) определил круг прав потребителей, установил механизм реализации этих прав и является основным законом в данной сфере. Закон регулирует отношения, возникающие между потребителями и производителями, исполнителями, импортерами, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их производителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

Законодательно предусмотрены ответственность продавца, изготовителя, исполнителя услуги при нарушении прав потребителя и требования устранить допущенные недостатки, возместить причиненный вред.

С целью защиты своих законных прав и интересов потребители имеют право объединяться в общественные организации потребителей (ст. 25). Объединения потребителей являются общественными организациями, осуществляющими свою деятельность в соответствии с законодательством ДНР.

Закон ДНР «О безопасности и качестве пищевых продуктов» № 120-ІНС от 08.04.2016 г. (с изменениями от 11.09.2020 г.) определяет полномочия органов государственной власти ДНР в сфере обеспечения безопасности и качества пищевых продуктов. К ним относятся:

- разработка и проведение единой государственной политики;
- принятие законов и иных нормативных актов ДНР;
- разработка и реализация государственных целевых и научно-технических программ обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий;
- государственное нормирование в сфере обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий;
- организация и осуществление государственной регистрации отдельных видов пищевых продуктов, материалов и изделий;
- организация и проведение государственного надзора и контроля;
- выявление нарушений законодательства ДНР в сфере обеспечения безопасности и качества пищевых продуктов и осуществление необходимых мероприятий, касающихся привлечения к ответственности лиц, виновных в нарушении законодательства;
- осуществление других предусмотренных законодательством Донецкой Народной Республики полномочий.

Законом ДНР «Об обращениях граждан» регулируются правоотношения, связанные с реализацией гражданином закрепленного за ним Конституцией ДНР права на обращение в государственные органы, органы местного самоуправления, средства массовой информации, в учреждения и организации, на которые возложено осуществление публично значимых функций, и их должностным лицам, а также устанавливается порядок рассмотрения обращений граждан указанными органами и должностными лицами.

В рамках работы Министерства экономического развития ДНР, плановые проверки соблюдения требований законодательства осуществляет Инспекция по защите прав

потребителей. Инспекция является специально уполномоченным республиканским органом исполнительной власти ДНР, осуществляющим государственный контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей [8]. В ходе проверок субъектов хозяйствования сотрудники Инспекции выявляют административные правонарушения и накладывают санкции, предусмотренные ст.23 Закона ДНР «О защите прав потребителей».

К основным полномочиям следует отнести:

- проведение плановых и внеплановых проверок субъектов предпринимательской деятельности по вопросам соблюдения требования законодательства ДНР;
- выдача обязательных для исполнения предписаний с целью устранения нарушенных прав потребителей;
- наложение административных санкций и взысканий, а также приостановление отгрузки и реализации товаров, не соответствующих законодательству.

С целью улучшения разъяснительной работы среди населения Республики при Инспекции работает Общественная приемная, предоставляющая консультации, ведется разъяснительная работа по телефонам.

По данным Инспекции по защите прав потребителей Донецкой Народной Республики за период с 01.01.2022 г. по 30.06.2022 г. в общественной приемной проведено 123 консультации граждан и даны устные разъяснения по вопросам защиты прав потребителей. За 1-е полугодие 2022 г. всего было принято 294 обращений граждан, из них 186 обращений было принято в форме электронного документа. В результате - 250 обращений рассмотрены и проведены внеплановые проверки, обмен товаров, возврат денежных средств, выполнены работы, даны разъяснения согласно Закона ДНР «О защите прав потребителей»; 14 обращений направлены по принадлежности в соответствующие организации ДНР; 30 обращений остаются в работе.

Причинами обращений потребителей, в связи с нарушением их прав, являются (рис.1):

- некачественные продовольственные товары – 20 обращений;
- некачественные непродовольственные товары – 84 обращения;
- услуги ЖКХ (газ, электроэнергия, вода, вывоз ТБО) – 22 обращения;
- услуги ремонта – 7 обращений;
- предоставление услуг (общественное питание, ритуальные услуги, домофон, интернет и кабельное телевидение, парикмахерские услуги и косметология) – 67 обращений;
- другое (обсчет/обвес, уголок потребителя, книга отзывов и предложений, нарушение условий договора, несоответствие курса рубля к гривне при расчете и т.д.) – 64 обращения.



Рис. 1. Структура причин обращений потребителей, в связи с нарушением их прав в ДНР

По результатам выявленных нарушений к реализации запрещено следующее количество продукции, не соответствующей требованиям нормативных документов: алкогольная продукция – 1651,15 л., безалкогольная продукция – 435,16 л., молочная продукция – 67,075 кг., рыбная продукция – 223,73 кг., мясная продукция – 238,12 кг., бакалея – 938,82 кг., овощи и фрукты – 1282,29 кг., непродовольственные товары – 865 шт. (1112,3 кг), ГСМ – 12,0 л.

По итогам работы Инспекции с обращениями граждан за 1-е полугодие 2022 г., произведен возврат денежных средств потребителям за товары и услуги ненадлежащего качества в размере 409 079,13 руб.

В табл. 1 представлены данные о выявленных нарушениях за 1-е полугодие 2022 г. [5]

Таблица 1

Данные о выявленных нарушениях за 1-е полугодие 2022 г.

Вид продукции	Выявленные нарушения за период с 01.01.2022г. по 30.06.2022г.				
	Продукция, не соответствующая требованиям нормативных документов по результатам отборов	Пищевые продукты с истекшим сроком годности	Пищевые продукты без документального подтверждения их качества и безопасности, в части отсутствия документов изготовителя и поставщика, подтверждающих их происхождение	Пищевые продукты, на которых отсутствует маркировка, и без документального подтверждения их качества и безопасности, в части отсутствия документов изготовителя и поставщика, подтверждающих их происхождение	Запрещенные товары - Приказ МинАПП ДНР от 02.02.2017 №19 «О мерах по охране территории ДНР от заноса возбудителя африканской чумы свиней»
Алкогольная продукция, л	0	61,44	1588,21	1,5	0
Б/А продукция, л	0	8,89	414,27	12	0
Молочная продукция, кг	0	0,9	39,11	27,065	0
Рыбная продукция, кг	0	0	25,79	197,94	0
Мясная продукция, кг	0	0	38,32	199,8	0
Бакалея, кг	0	9,63	520,3	408,89	0
Овощи/фрукты, кг	0	0	20	1262,29	0
ГСМ, л	0	0	12	0	0
Непродовольственные товары, шт.	0	0	865	0	0
Непродовольственные товары, кг	1112,3	0	0	0	0

Во исполнение Поручения Главы ДНР о проведении контрольно-проверочных мероприятий в отношении субъектов хозяйствования, на которых поступили обращения, жалобы через телеграм-бот «Ценовой бот» на предмет соблюдения законодательства о защите прав потребителей сотрудниками Инспекции по защите прав потребителей за период с 12.09.2022 по 30.09.2022. проведены выездные мероприятия по г. Донецк (ООО «ТД «Горняк», ООО «Юг Тех Логистика»), г. Харцызск, г. Горловка, пгт. Сартана, г. Торез, г. Докучаевск, г. Комсомольское, село Хлебодаровка, г. Мариуполь, пгт. Ялта, пгт. Володарское, село Кальчик, пгт. Мелекино, г. Макеевка, село Прохоровка, г. Амвросиевка, г. Новоазовск, г. Донецк, пгт. Урзуф, село Чермалык Тельмановского района, пос. Седово.

Органом общественного контроля системы управления ДНР является Народный контроль ДНР. [4]. Представители Народного контроля на общественных началах проверяют соблюдение правил торговли и цены на товары, осуществляют надзор за качеством муниципального, бытового, транспортного обслуживания населения, оказания медицинской помощи, услуг в сфере общественного питания, состояния жилого фонда. Что касается полномочий народных контролеров, то они действуют на основании ст. 26 Закона ДНР «О защите прав потребителей».

Выводы. Потребитель является наиболее незащищенным субъектом потребительского рынка от недобросовестности продавцов, производителей и изготовителей, поскольку уровень информированности граждан о своих потребительских правах явно недостаточен: умело пользоваться законными правами и защищать их могут немногие. Как показывает практика, самостоятельно потребителем самозащита применяется редко. Это обусловлено тем, что данный способ защиты прав имеет особенности. В этой связи особая роль отводится общественным объединениям, осуществляющим защиту прав потребителей и наделенным соответствующими полномочиями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон ДНР «О безопасности и качестве пищевых продуктов» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-bezopasnosti-i-kachestve-pishhevyyh-produktov/> (дата обращения: 20.11.2022)
2. Закон ДНР «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-zashhite-prav-potrebitelej/> (дата обращения: 22.11.2022)
3. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 31.07.2020) "О защите прав потребителей" [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 21.11.2022)
4. Народный контроль Донецкой Народной Республики - официальный [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://oddr.info/projects/nk/> (дата обращения: 20.11.2022)
5. Итоги работы Инспекции по защите прав потребителей за 1-ое полугодие 2022. Официальный сайт Инспекции по защите прав потребителей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://izpp.govdnr.ru/> (дата обращения: 21.11.2022)
6. Закон Донецкой Народной Республики «Об обращениях граждан» № 13-ИНС от 20.02.2015 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-ob-obrashheniyah-grazhdan/> (дата обращения: 21.11.2022)
7. Экономика знаний: теория, практика, перспективы развития: сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию юбилею института (г. Донецк, 25 октября 2019 г.) / ГУ «Институт экономических исследований»; науч. ред. Н. В. Шемякина. – Донецк, 2020. – 904 с.
8. Указ Главы Донецкой Народной Республики «О создании Инспекции по защите прав потребителей Донецкой Народной Республики» от 22.06.2015 № 265. URL: https://mer.govdnr.ru/images/phocadownloadpap/UkazN265_22062015.pdf (дата обращения: 20.11.2022)

CONSUMER PROTECTION IN THE DPR: ADMINISTRATIVE AND LEGAL ASPECT

Abstract: the article analyzes the administrative and legal aspects of consumer rights protection in the Donetsk People's Republic: the issues requiring operational regulation within the framework of the state policy of consumer rights protection are highlighted, the regulatory framework in the field of consumer rights protection and the main causes of consumer rights violations in the DPR are investigated

Keywords: consumer, legislation, standards, quality, supervision, control.

Zabavina M.S., student M. Gorky Donetsk National Medical University

Scientific adviser: O.L. Nekrasova, Doctor of Economics, Associate Professor, "Donetsk National University"

E-mail: zmasha2002bq@gmail.com

УДК 331.5-053.6

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РАСХОДОВ ПЕРИОДА В СИСТЕМЕ УЧЕТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Захватова К. А.

*Научный руководитель: Бешуля И.В., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В процессе перехода Донецкой Народной Республики на стандарты Российской Федерации наиболее остро стоит вопрос о постановке и ведении учета на предприятиях Донбасса. В привычной для нас системе учета расходы периода имели свое четкое место в определении финансового результата. Столкнувшись с изменениями ведения учета, появилась проблема распределения этих расходов в новых реалиях. В статье рассмотрены основные нюансы ведения учета расходов периода и предложены решения проблем их распределения. В процессе написания статьи применены методы аналогии, анализа, синтеза, сравнения и др.

Ключевые слова: переходный период, расходы периода, списание, контроль, анализ.

Сейчас на территории Донецкой Народной Республики происходит переход предприятий и организаций на стандарты учета Российской Федерации. Для контроля за этим процессом созданы целые комиссии, которые посредством проведения вебинаров помогают бухгалтерским службам предприятий сориентироваться в абсолютно новых законах и в новой для нас системе учета. Одним из главных вопросов является вопрос о формировании финансового результата за отчетный период.

В системе учета ДНР финансовый результат определялся на счете 79 «финансовые результаты» (рис. 1)

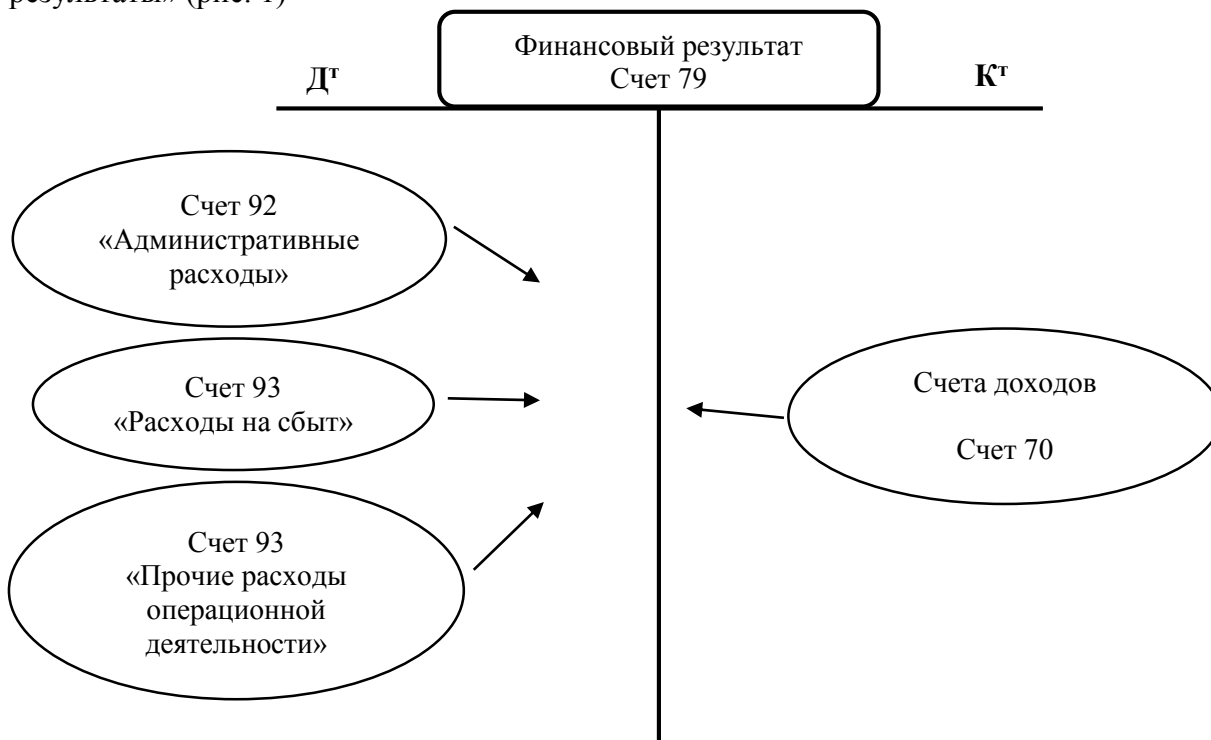


Рис. 1 Схема списания расходов периода на финансовые результаты в традиционной практике учета ДНР

В новой для нас системе учета процесс определения финансового результата выглядит совсем иначе. Отразим это на рисунке 2.

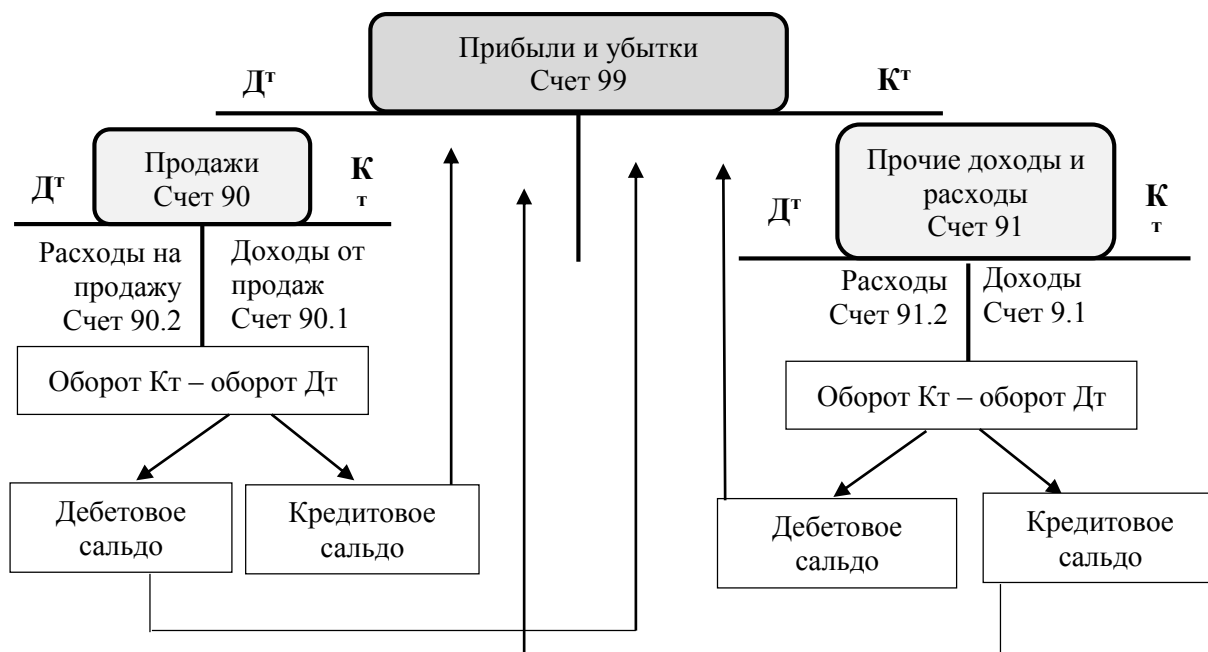


Рис. 2 Схема определения финансового результата в российской практике учета

Очевидным является то, что процесс определения финансового результата в российской практике учета более трудоемкий. Для контроля правильности списания сумм со счетов расходов, необходимо еще и проследить процесс списания сумм на счета «Расходы от продаж» и «Расходы». Сравнивая эти две схемы, отметим, что группа расходов периода в российской практике учета не видна.

В украинской системе учета по кредиту субсчетов счета «финансовые результаты» отражают суммы, списанные в порядке закрытия соответствующих счетов учета доходов. По дебету показывают суммы, списанные в порядке закрытия счетов учета расходов. Расходы периода – административные расходы, расходы на сбыт и прочие расходы операционной деятельности – в полном объеме списываются на счет финансовых результатов непосредственно с одноименных счетов. В российской практике учета они подлежат предварительному распределению, то есть, со счетов, где они были собраны, на финансовые результаты они списываются опосредованно через другие счета: основное производство, продажи, прочие расходы, вложение в необоротные активы и обслуживающие производства и хозяйства. В системе российского учета вообще не существует такого понятия как «расходы периода».

Административные расходы в российской бухгалтерской практике представлены на счете 26 «Общехозяйственные расходы». Этот счет включает:

- расходы на оплату труда административно-хозяйственного персонала;
- сумма уплаты единого социального налога (взноса) в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- почтово-телеграфные расходы, оплата услуг связи;
- расходы на содержание и эксплуатацию вычислительной техники, которая используется для управления и числится на балансе организации;
- расходы на типографские работы, на содержание и эксплуатацию машинописной и другой оргтехники;

- расходы на содержание и эксплуатацию зданий, сооружений, помещений, занимаемых и используемых административно-хозяйственным персоналом (отопление, освещение, энергоснабжение, водоснабжение, канализация и содержание в чистоте), а также расходы, связанные с платой за землю;

- расходы на оплату лицензионных, юридических и информационных услуг;

- расходы на оплату консультационных услуг;

- расходы на оплату аудиторских услуг, связанных с проверкой достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности;

- расходы на приобретение канцелярских принадлежностей, бланков учета, отчетности и других документов, необходимых для целей производства и управления им, на приобретение технической литературы, переплетные работы;

- расходы на проведение всех видов ремонта;

- другие административно-хозяйственные расходы

Расходы по счету «Общехозяйственные расходы» списываются в дебет счетов: «Основное производство», «Продажи», «Обслуживающие производства и хозяйства», «Вложение в необоротные активы» при капитальном строительстве хозяйственным способом. Распределение на другие счета бухгалтерского учета определяется учетной политикой организации.

Расходы на сбыт в российской практике учета представлены на счете 43 «Коммерческие расходы». На этом счете отражают расходы, связанные с реализацией продукции, в том числе:

- расходы на тару и упаковку продукции, если иное не предусмотрено договором между контрагентами;

- расходы по транспортировке готовой продукции (по условиям договора контрагентов);

- комиссионные сборы (отчисления), уплачиваемые сбытовым и другим посредническим организациям в соответствии с установленными нормами и договорами, за реализацию ими изделий предприятий на комиссионных началах;

- скидки с цены за реализацию ими продукции транзитом без участия и с участием в расчетах;

- содержание помещений складов;

- оплата труда сотрудников, занимающихся сбытом и хранением готовой продукции на складах;

- расходы на рекламу и на оплату труда SMM-менеджеров;

- прочие расходы, связанные со сбытом продукции, например, расходы на специальные анализы продукции, производимые при ее отпуске, и др.

Коммерческие расходы собирают на одноименном счете, а затем списывают на счет «Выполненные этапы по незавершенным работам» в полной сумме или в доле, относящейся к реализованной продукции.

Эти расходы присоединяют к производственной себестоимости отдельных видов продукции на основании первичных документов. При невозможности определения коммерческих расходов по данным первичных документов их распределяют между отдельными видами продукции пропорционально массе, объему, количеству или производственной себестоимости.

В реальности нюансы списания расходов периода было бы целесообразнее прописать в учетной политике. Однако многие предприятия для облегчения учетного процесса вместо распределения расходов по видам продукции просто списывают коммерческие расходы на счет «Выполненные этапы по незавершенным работам», в то время как в привычной для нас системе учета расходы на сбыт в полном объеме безоговорочно списывались на счет 79 «Финансовые результаты».

Прочие расходы в системе учета Российской Федерации учитываются на счете 91 «Прочие доходы и расходы», по дебету которого фиксируют расходы, а по кредиту – доходы. Этот счет не имеет конечного сальдо. В конце отчетного периода прибыли и убытки показываются на одноименном активно-пассивном счете.

Аналитический учет прочих расходов на счете «Прочие доходы и расходы» рекомендуется вести отдельно по каждой статье, чтобы иметь перед глазами полную картину их влияния на результат работы компании.

В привычной для нас системе учета все эти расходы были бы списаны в дебет счета «Финансовый результат». Это наиболее прозрачный способ списания данных расходов, так как их границы четко определены и общий итог не имеет разделения.

Исходя из того, что в новой для нас системе учета расходы «дробятся» и списываются на разные счета, можно утверждать, что теряется полный контроль над перенесением сумм расходов и, соответственно, возможно умышленное завышение или занижение понесенных затрат.

Методика списания таких затрат как административные (общехозяйственные), расходы на сбыт (коммерческие) и прочие определяется приказом об учетной политике организации. В ней должно быть прописано постатейное списание этих расходов на соответствующие счета, что с нашей точки зрения, вызывает необходимость введения субсчетов по счету 26 «общехозяйственные расходы» для возможности списания их на различные счета с обеспечением прозрачности этой учетной процедуры.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что система учета, при которой расходы периода отнесены в одну группу и в полном объеме списываются на финансовый результат – более приемлема и практична, так как не имеет никаких «подводных камней». Списанные суммы расходов периода можно увидеть в отчете о финансовых результатах, который составляется в конце отчетного периода. В российской практике учета прослеживание данных расходов в отчетности предприятия отсутствует, что повышает риски сокрытия действительных расходов.

В процессе перехода на новые стандарты учета, многие организации могут пренебрегать суммами расходов периода. Изображенная на рисунке 3 динамика расходов периода показывает их значимость.



Рис. 3 Расходы периода Енакиевского коксохимического завода

Данные представлены на основе системы учета коксохимического предприятия, которое характеризуется непрерывной деятельностью и коротким операционным циклом. Особенности отрасли обуславливают наименьший удельный вес расходов на сбыт, так как потребителями изготавливаемой продукции (кокса) являются лишь металлургические предприятия, которые самостоятельно вывозят готовую продукцию, что значительно уменьшает расходы на сбыт. Финансовый результат (прибыль) в 2021 году составил 252,6 млн руб., а в 2022 – 194,7 млн руб. Удельный вес административных расходов в составе расходов периода составил 51,84%; расходов на сбыт – 0,03%; прочих расходов – 48,13%, также намечается тенденция к их увеличению. Таким образом, усиливается их отрицательное влияние на финансовый результат. В 2022 году

отмечается уменьшение прибыли, тогда как расходы периода значительно увеличились. Это подтверждает их значимость в определении финансового результата.

Для наглядности представим показатель отношения суммы этих расходов к изготавливаемой продукции – коксу в натуральном выражении:

Административные (общехозяйственные) расходы:

$$\frac{\text{Административные расходы, руб.}}{\text{Готовая продукция в натур. выражении (тыс. тн)}} = \frac{66\,729\,287,5}{41\,065,23}$$

Расходы на сбыт (коммерческие расходы):

$$\frac{\text{Расходы на сбыт, руб.}}{\text{Готовая продукция в натур. выражении (тыс. тн)}} = \frac{17\,600}{41\,065,23}$$

Прочие расходы операционной деятельности:

$$\frac{\text{Прочие расходы, руб.}}{\text{Готовая продукция в натур. выражении (тыс. тн)}} = \frac{61\,933\,771,03}{41\,065,23}$$

Для визуального сравнения считаем необходимым готовую продукцию измерять не в рублях, а в натуральном выражении в тех отраслях, где это возможно. Такая методика формирования показателя помогает нагляднее представить значимость расходов периода.

В традиционной системе учета на предприятиях ДНР 22 года использовался французский план счетов и правила списания расходов периода по Украинской системе. Такая методика списания позволяет оптимизировать процесс определения финансового результата и сделать его более четким и прозрачным.

Таким образом, при переходе на российскую систему учета списание части административных расходов в основное производство в некоторой степени может значительно повлиять на себестоимость готовой продукции. Для того чтобы избежать некорректных записей на бухгалтерских счетах, необходимо подвергнуть анализу экономическую природу каждой статьи затрат по трем составляющим расходов периода и пересмотреть методики списания каждой из них.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. А.И. Нечитайло, Л.В. Панкова, И.А. Нечитайло, И.Н. Томшинская. Бухгалтерский учет и налогообложение финансовых результатов в системе управления организаций. Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 288 с.
2. Ж.А. Кеворкова, Н.Г. Сапожникова, А.А. Савин. План и корреспонденция счетов бухгалтерского учета. Более 10000 проводок. Практическое пособие. – М.: Проспект, 2016. – 736 с.
3. Расходы периодов в учетной политике организации. А.А. Ефремова, "Бухгалтерский учет", N 1, январь 2010 г.

INTERPRETATION OF PERIOD EXPENSES IN THE ACCOUNTING SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION

Annotation. In the process of transition of the Donetsk People's Republic to the standards of the Russian Federation, the issue of setting and maintaining records at Donbass enterprises is most acute. In our usual accounting system, the expenses of the period had their clear place in determining the financial result. Faced with changes in accounting, there was a problem of distributing these costs in the new realities. The article discusses the main nuances of accounting for the expenses of the period and offers solutions to the problems of their distribution. In the process of writing the article, the methods of analogy, analysis, synthesis, comparison, etc. are applied.

Keywords: transition period, period expenses, write-off, control, analysis.

УДК 37.022

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ НА УРОКАХ ГЕОГРАФИИ

Кирыязиева И.А.

*Научный руководитель: Дубель В.М., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе рассмотрены особенности применения методов проблемного обучения на уроках географии. Анализируются особенности применения различных методов проблемного обучения на уроках географии. Кроме того, рассматриваются достоинства и недостатки применения проблемного обучения.

Ключевые слова: география, технология обучения, проблемное обучение, учебный процесс, метод обучения.

Актуальность. Важнейшей задачей педагогической науки является активизация учебного процесса. Цель образовательного процесса – научить школьников самостоятельно приобретать новые знания и навыки, развивать умения ставить и самостоятельно решать новые проблемы посредством проблемного обучения [1]. Актуальность темы исследования обусловлена значением проблемного обучения для активизации учебного процесса и познавательной деятельности учащихся.

Анализ последних исследований и публикаций. Технология проблемного обучения основывается на теоретических положениях американского философа, психолога и педагога Дж. Дьюи. В современной интерпретации данная технология обучения получила название проблемно-развивающей, авторами которой являются М.М. Махмутов и Н.Г. Мошкина.

Целью работы является анализ возможности использования методов проблемного обучения на уроках географии.

Результаты исследования. Технология проблемного обучения будет реализована в полном объеме только при условии знания педагогом основных теоретических вопросов и умения их применять в учебном процессе.

В соответствии с определением И.Я. Лернеру, проблемное обучение – это такое обучение, при котором учащиеся систематически включаются в процесс решения проблем и проблемных задач, построенных на содержании программного материала [2]. Есть определение проблемного обучения как типа обучения, при котором преподаватель, систематически создает проблемные ситуации и организует деятельность учащихся по решению поставленных учебных проблем, обеспечивая оптимальное сочетание их самостоятельной поисковой деятельности с усвоением готовых выводов.

Согласно другому определению, проблемное обучение – способ организации деятельности учащихся, который основан на получении информации путем решения теоретических и практических проблем в создающихся в силу этого проблемных ситуаций.

Через совокупность действий определяет проблемное обучение В. Окунь – это совокупность таких действий как организация проблемных ситуаций, формулирование проблем, оказания ученикам необходимой помощи в решении проблем, проверка этих решений и, наконец, руководство процессом систематизации и закрепление приобретенных знаний.

Селевко Г.К. определил проблемное обучение как такую организацию учебных занятий, которая предполагает создание под руководством преподавателя проблемных ситуаций и активную самостоятельную деятельность учащихся по их разрешению, в

результате чего происходит творческое овладение профессиональными знаниями, навыками и умениями, а также развитие мыслительных способностей.

Из выше перечисленных определений можно сделать следующие выводы:

- Технология проблемного обучения предполагает самостоятельное полное или частичное решения посильных для учащихся проблем;
- Преподавателем создаются систематические проблемные ситуации и организовывается деятельность учащихся по решению поставленных проблемных ситуаций;
- Для решения проблем ученикам необходимо создавать ситуацию, побуждающую к решению проблем.

Для осуществления методов проблемного обучения следует соблюдать следующие условия:

1. Объяснение нового материала должно следовать после того как учащиеся зададут вопросы, которые касаются данного материала, возникающие в процессе решения проблемной ситуации.

2. Учет знаний и умений обучающихся, при изложении нового учебного материала.

3. Если путь решения или ответ не верны, то проблемная ситуация положительно отразилась, так как дала понять учащимся о необходимости расширения своих знаний и умений путем освоения полученного материала.

4. Если занятие проходит в форме практического или лабораторного занятия, то перед его организацией педагог должен дать необходимые сведения учащимся или обучить их способам действий по выполнению поставленного задания.

5. Если проблемное задание окажется трудным, то в последствии оно может быть расчленено на ряд частных проблемных заданий, чтобы решение каждого стало более доступным для понимания учащихся.

Для применения технологии проблемного обучения следует использовать следующие методы (рис. 1).

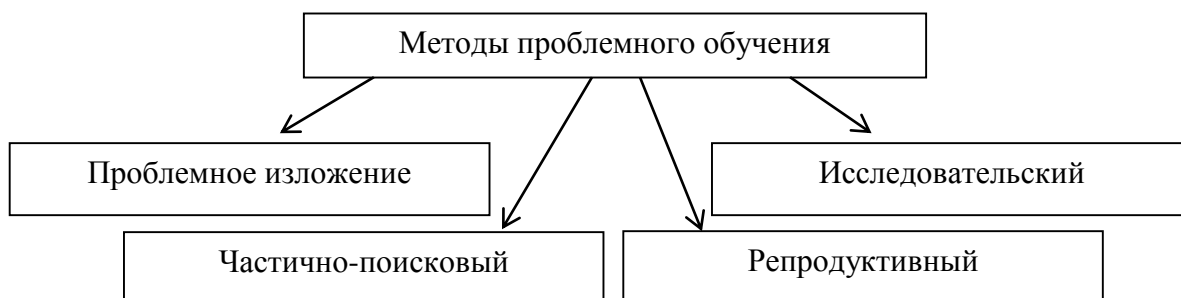


Рис. 1. Методы проблемного обучения

Применение методов, изображенных на рис. 1 эффективно, если преподаватель ставит задачу: на базе ранее изученного материала, имеющихся знаний и умений сформировать новые способы деятельности – умения учащихся самостоятельно формулировать и решать обнаруженные или заранее поставленные проблемы, умения формулировать и предлагать гипотезы и способы их проверки или подтверждения, планировать и проводить эксперименты.

Применение проблемных методов обучения способствует развитию мышления учащихся таким образом, чтобы они самостоятельно и оперативно могли ориентироваться в учебном материале, давать оценку его значимости, сложности, сферы применения полученных знаний в отношении с другими знаниями или дисциплинами.

Методы проблемного обучения способствуют развитию творческих способностей каждого ученика на его индивидуальном уровне.

Характеристика методов проблемного обучения и особенности их применения на уроках географии приведена ниже.

Метод проблемного изложения – метод обучения, предполагающий постановку преподавателем перед учащимися проблемы и определение путей решения поставленной проблемы с сокращением возможных познавательных противоречий. Данный метод преимущественно применяют для развития навыков творческой и учебно-познавательной деятельности, самостоятельного овладения знаниями. Метод проблемного изложения имеет характерные признаки, такие как:

- Знания в «готовом» виде не предлагаются;
- Преподаватель показывает путь исследования проблемы, решает ее от начала до конца;
- Учащиеся наблюдают за процессом размышления педагога, учатся решать проблемные задачи самостоятельно.

Частично-поисковый метод – метод обучения, при котором определенные элементы знаний сообщает преподаватель, а оставшуюся часть учащиеся получают самостоятельно, отвечая на поставленные вопросы или же путем решения проблемных заданий.

Характерными признаками частично-поискового метода:

- Знания учащимся в «готовом» виде не предлагают, их необходимо приобретать самостоятельно;
- Педагог организывает поиск новых знаний с помощью различных методов обучения;
- Ученики под руководством педагога самостоятельно рассуждают, решают проблемные ситуации, анализируют, сравнивают, обобщают полученный результат.

Исследовательский метод – это способ организации поисковой и творческой деятельности учеников по решению новых для них проблем и проблемных ситуаций.

Характерными признаками исследовательского метода:

- Самостоятельное решение поставленной преподавателем проблемы;
- Овладение навыками научного мышления и получение возможности решения более сложных поставленных задач;
- Приобретение научно-практической ценности занятия.

Исследовательский метод хорошо сочетается с выполнением лабораторных работ (вид лабораторной работы – эксперимент), с научно-исследовательскими и проектными работами по изучаемым темам. Данный метод следует применять в старших классах, поскольку, учащиеся считаются более подготовленными для проведения экспериментов, которые впоследствии будут использоваться для научно-исследовательских и проектных работ.

Репродуктивный метод. При постановки проблемной ситуации педагог сначала приводит пример проблемной ситуации и указывает, как находить противоречия. То же самое и с формой организации поисковой деятельности – сначала приводится пример, который дает объяснения, что следует делать, чтобы найти ответ на поставленный вопрос, к каким материалам следует обращаться и т.д.

Существуют следующие способы создания проблемных ситуаций на занятиях:

1. Выдвижение главных проблем;
2. Столкновение учащихся с явлениями, фактами, которые требуют объяснения путем демонстрации эксперимента;
3. Использование качественных и количественных нестандартных задач;
4. Постановка практических задач;

5. Изучение динамики процессов;
6. Выдвижение реально существующих проблем изучаемой науки;
7. Проведение учащимися лабораторного эксперимента;
8. Постановка заданий на использование сравнений, классификаций, обобщений, анализа и т.д.

Далее стоит остановиться на достоинствах и недостатках проблемного обучения как метода преподавания.

Достоинства проблемного обучения:

- Самостоятельное получение знаний путем собственной творческой деятельности;
- Высокий интерес к учебному процессу;
- Развитие мыслительных способностей учащегося;
- Способствует формированию и развитию продуктивного мышления.

Недостатки проблемного обучения:

- В меньшей степени, чем другие типы обучения применимо при формировании практических умений и навыков;
- Метод требует больших затрат времени для усвоения одного и того же объема знаний по сравнению с другими типами обучения;
- Слабая управляемость познавательной деятельностью учащихся.

Несмотря на выделенные недостатки, на сегодняшний день проблемное обучение является наиболее перспективным. Дело в том, что с развитием рыночных отношений все структуры общества в той или иной мере переходят с режима функционирования (что в большей степени было характерно для советского периода развития страны) на режим развития. Движущей силой любого развития является преодоление соответствующих противоречий. А преодоление этих противоречий всегда связано с определенными способностями, которые в психологии принято называть рефлексивными. Они предполагают умение адекватно оценить ситуацию, выявить причины возникновения трудностей и проблем в деятельности человека, а также спланировать и осуществить специальную деятельность по преодолению этих трудностей. Следовательно, учебный процесс должен моделировать процесс возникновения и преодоления противоречий, но на учебном содержании. Этим требованиям, по мнению автора, в наибольшей степени соответствует сегодня проблемное обучение.

Выводы. Проблемная ситуация является начальным элементом процесса мышления. При проблемном изложении учащиеся усваивают образцы логики решения задач; в ходе эвристической беседы решают задачу частично самостоятельно, ведомые логической цепочкой проблемно ориентированных вопросов преподавателя. При использовании исследовательского метода учащиеся максимально самостоятельны. Высшая степень познавательной самостоятельности фиксируется тогда, когда ученики научаются самостоятельно увидеть проблему, наметить пути ее решения и решить ее.

Таким образом, можно сказать, что проблемная ситуация – обязательный компонент учебного познания. Основное назначение ее – порождение продуктивных процессов мышления учащихся, стимулирование его интеллектуального и личного развития. Важно, чтобы он не только получал новые знания, но и обнаружил совместимость зависимости между результатом и характером своей деятельности, понимал, какими приемами и методами достигает успеха.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Е.Ю. Проблемное обучение в географии // География в школе, 2009, №7.
2. Лернер, Г.И. Методы обучения и их специфика / Г.И. Лернер // Первое сентября. Биология. – 2014. – № 37. – С. 22 – 27.
3. Махмутов М.И. Проблемное обучение: основные вопросы теории. М., 2015
4. Методика обучения географии в школе /под ред. Л.М. Панчешниковой. – М.: Просвещение, 1997. – 320 с.
5. Понурова Г.А. Проблемный подход в обучении географии в средней школе – М.: Просвещение, 1991.
6. Селевко, Г.К. Современные образовательные технологии / Г.К. Селевко. – М.: Народное образование, 1998. – 256 с.

USING PROBLEM LEARNING METHODS IN GEOGRAPHY LESSONS

Annotation. The paper considers the features of the application of problem-based learning methods in geography lessons. The features of the application of various methods of problem-based learning in geography lessons are analyzed. In addition, the advantages and disadvantages of using problem-based learning are considered.

Keywords: geography, learning technology, problem-based learning, educational process, teaching method.

Kiryazieva I.A.

Scientific adviser: V. M. Dubel, Ph.D., Associate Professor

Donetsk National University

E-mail: Kiryazieva.I@yandex.ru

УДК 33.339.14

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО СБЫТУ ПРОДУКЦИИ

Клименко Ю. И.

*Научный руководитель: Баркалова Н. А., старший преподаватель
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. Целью работы является разработка направлений совершенствования организации коммерческой деятельности предприятий розничной торговли. Для этого рассматривается понятие и содержание коммерческой деятельности и сбыта продукции, раскрывается сущность коммерческой деятельности предприятия. Проведен анализ коммерческой деятельности предприятия ООО ТД «Три кота», даны рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности.

Ключевые слова. товарооборот, торговля, рентабельность, издержки.

Вступление. В настоящее время экономика в России предполагает, что фирмы и организации вынуждены постоянно эволюционировать, чтобы не остаться за бортом прогресса и бизнеса. Насыщение абсолютно всех рынков товарами в такой мере, что компаниям приходится буквально биться за покупателей, приводит к пониманию исключительной роли совершенствования организации коммерческой деятельности, предприятий розничной торговли. Услуга или продукция, произведенная фирмой, должна быть продана оптимальным образом: с учетом всех предпочтений и пожеланий клиентов, и с получением наибольшей выгоды.

Не стоит забывать при этом об эффективности рыночного поведения и развития фирмы. Самое главное в познании и удовлетворении потребностей покупателя – это изучение его мнения о конкурирующих товарах, товарах фирмы, проблемах и перспективах жизни и работы потребителей. Только обладая этим знанием можно в наиболее полной мере удовлетворить запросы потребителей. Именно этим должна заниматься фирма в рамках системы сбыта – там, где она ближе всего соприкасается с покупателем. Сбыт – это средство достижения установленных целей предприятия и завершающий этап выявления вкусов и предпочтений покупателей. В процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, который был направлен на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли.

Коммерческая деятельность предприятия – завершающий комплекс во всей деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя. Таким образом, здесь потребитель либо не признаёт, либо признаёт все усилия фирмы полезными и нужными для себя и покупает или отказывается от покупки ее продукцию и услуги.

Теоретическая основа исследования представлена учебниками, монографиями, научными статьями, посвященными торговому делу.

Методы исследования, применённые в работе представлены общенаучными методами: обобщение, систематизация, индукция, дедукция, анализ и синтез.

В современный период научную основу для исследования особенностей организации и основ оценки качества коммерческой деятельности заложили такие ученые как: Третьяк С.Н., Тютюшкина Г.С., Блюм М.А., Молоткова Н.В., Денисова А.Л., Дюженкова Н. В., Соседов Г.А., Панкратов Ф.Г.

Основная часть. В условиях развитой рыночной экономики инструментом функционирования любого предприятия является коммерция. Под коммерцией понимается совокупность процессов и операций, связанных с эффективной куплей-

продажей товаров, а также их доведением до потребителей в целях удовлетворения покупательского спроса и получения максимальной прибыли. В современных условиях предприятия устанавливают принципиально новые отношения со своими контрагентами, в основе которых лежат коммерческие принципы, направленные на эффективную куплю-продажу товаров [1].

Понятие «коммерция» (от лат. *commercium* - торговля) имеет несколько значений: в первом случае, оно означает самостоятельную отрасль народного хозяйства, т. е. торговлю (по мнению В. И. Даля, коммерция - это «торг, торговые обороты, купеческие промыслы» [2]), в другом - отражает содержание торговых процессов, которые направлены на осуществление актов купли-продажи товаров (выполнение работ, оказание услуг) в различных отраслях экономики страны. Коммерция связана со вторым определением торговли.

Раскрывая сущность и содержание коммерческой деятельности, следует взять за основу то, что коммерция представляет собой «вид торгового предпринимательства или бизнеса, но бизнеса благородного, того бизнеса, который является основой любой настоящей цивилизованной страны рыночной экономики».

Следует отметить, что коммерческая деятельность является более узким понятием, чем предпринимательство. Предпринимательство предполагает организацию экономической, производственной, финансовой, правовой и иной деятельности, приносящей предпринимателю реальную прибыль. Предпринимательством является организация промышленного предприятия, сельской фермы, торгового предприятия, предприятия обслуживания, банка, адвокатской конторы, исследовательского учреждения и так далее. Из всех перечисленных видов предпринимательской деятельности только торговое дело выступает в чистом виде коммерческой деятельностью. Поэтому коммерцию необходимо рассматривать как один из видов предпринимательской деятельности [3].

В качестве цели осуществления коммерческой деятельности большинство авторов рассматривают максимизацию получаемой выгоды (дохода, прибыли) от выполнения различных видов коммерческих операций.

Однако, существует и ещё одна цель - повышение уровня качества жизни населения, другими словами, удовлетворение потребностей населения. Гарантией реализации данных целей является непосредственно содержание коммерческой деятельности, которое состоит в изучении потребительского рынка товаров (работ, услуг), налаживании коммерческих коммуникаций, установлении хозяйственных связей с партнёрами, организации эффективной системы распределения и обмена, разработке системы торгового обслуживания, развития сферы услуг.

Эффективное проведение коммерческой работы возможно лишь при наличии полной и достоверной информации о конъюнктуре рынка, то есть социально-экономических, торгово-организационных и других условиях реализации товаров, сложившихся в определенный период времени и в конкретном месте. Для получения такой информации необходим сбор сведений как о самом товаре, так и о его производителях.

Оценка качества товаров проводится производственными и торговыми предприятиями, экспертными организациями, образовательными и научными учреждениями.

Под сбытом принято понимать комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса, получение и обработка заказов, комплектация и подготовка продукции к отправке покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту продажи или назначения) и организацию расчетов за нее [4].

От сбыта зависят производство и материально-техническое обеспечение. Таким образом, в процессе сбыта определяется результат работы предприятия, направленный на расширение деятельности предприятия и получение максимальной прибыли.

Под сбытовой политикой предприятия в широком смысле понимают выбранные ее руководством совокупность сбытовых стратегий маркетинга (стратегии охвата рынка, позиционирования товара и т.д.), а также комплекс мероприятий (решений и действий) по формированию ассортимента выпускаемой продукции и ценообразованию, по формированию спроса и стимулированию сбыта (реклама, обслуживание покупателей, коммерческое кредитование, скидки), заключению договоров продажи (поставки) товаров, товародвижению, транспортировке, по инкассации дебиторской задолженности, организационным, материально-техническим и прочим аспектам сбыта [4].

Цель сбыта – это доведение до конкретного потребителя подготовленного товара определенного количества и качества в установленные сроки, избегая задержек.

Главной задачей сбыта для предприятия в настоящее время является: обеспечение совокупности действий по распределению, доведению до покупателей и реализации товаров в соответствии с заключенными договорами.

Таким образом, можно сказать, что сбыт сочетает в себе оптимизацию процесса распределения материального потока к конечному потребителю и комплекс сопутствующих операций. Сбыт охватывает весь спектр задач, касающихся управления материальным потоком в процессе его перемещения от производителя к потребителю. Распределительная логистика, доставляя товары и услуги в нужное время и с минимальными издержками, помогает предприятию в достижении конкурентных преимуществ. Распределение материального потока является важной стороной деятельности предприятия, так как интеграция функций по распределению готового продукта в единую систему дает возможность для повышения эффективности деятельности организации в целом [4].

Торговая политика предприятия предусматривает определенную систему, методы и формы, обеспечивающие реализацию планов и максимальную эффективность стратегии коммерческой деятельности.

Планирование торговой политики предприятия предполагает решение задач в части определения и выбора товарной, ассортиментной, ценовой, коммуникационной, распределительной (в том числе товародвижения) и сервисной политики. Товарная политика предприятия заключается в разработке эффективной программы сбыта, направленной на преодоление и перераспределение сил конкурентного давления рынка в пользу предприятия [1].

Самым важным фактором товарной политики и комплексной характеристикой самого товара является его качество. Оценка качества носит субъективный характер и отражает степень соответствия товара потребностям потребителя (покупателя) в конкретных условиях потребления. Вследствие различий потребностей и запросов, качество каждого товара должно быть ориентировано на конкретный сегмент рынка в соответствии с запросами, ожиданиями и мотивациями к приобретению определенной целевой группы потребителей.

Ассортиментная политика предприятия заключается в разработке целевой программы сбыта товаров необходимого разнообразия. Разнообразие товарного ассортимента определяется широтой функций и полнотой их воплощения в товаре.

Ценовая политика предприятия заключается в создании эффективной структуры цен товаров. Цена является монетарным выражением ценности товара. Для потребителя (покупателя) товар представляет ценность набором свойств, определяющих его полезность. Поэтому цена спроса является оценкой полезности товара потребителем

(покупателем) [5].

Практически все успехи фирм состоят в концентрации собственных лучших сил против слабых мест конкурентов. Сделать это удастся лишь при хорошо налаженной системе их исследования. Необходимо выявить конкурентов, которые имеют возможность оказать значительное влияние на осуществление деятельности предприятия.

Разные конкуренты должны быть подтверждены анализу с различным уровнем глубины. Проведение анализа позволяет определить: долю рынка, которая приходится на конкурентов по отдельным видам товара; известность продукции конкурентов; объемы реализации продукции конкурентами; численность сотрудников в сфере сбыта у конкурентов; основные цели конкурентов в политике цен; рекламную деятельность конкурентов; уровень обслуживания у конкурентов и др.

С целью применения данной информации рассмотрим предприятие ООО ТД «Три кота».

Организационно-правовая форма фирмы: общество с ограниченной ответственностью «Три кота», фирма зарегистрирована 13 сентября 2003 года.

«Общество с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов...» [3]. Общество является юридическим лицом и строит свою деятельность на основании Устава и действующего законодательства Российской Федерации.

ООО «Три кота» имеет сеть магазинов, мы рассмотрим магазин, расположенный по адресу: г. Иваново, пр-т Строителей, д. 6.

В целом можно отметить, что предприятие создано с целью комплексного обеспечения населения товарами.

В данный момент деятельность предприятия осуществляется по розничной продаже товаров, входящих в группы:

- водоснабжения;
- отопления;
- канализации;
- газовое оборудование.

А также предоставляет услуги населению: составление проектов на индивидуальное отопление жилья, монтаж систем отопления, водоснабжения и канализации, гарантийное и постгарантийное обслуживание газового оборудования [5].

Источником формирования финансовых ресурсов предприятия служат собственные источники и привилегированные средства: займы и кредиты.

Преимущества: возможность высшего руководства заострять внимание на стратегических задачах путем передачи полномочий по оперативной деятельности на уровень отделений; концентрация усилий на конечном результате; интеграция персонала автономного отделения в связи с его ориентацией на конечный результат.

Недостатки: представление относительно широких полномочий магазинам и их руководителям обострило проблему – сочетание самостоятельности магазинов и их ответственности за общие для всей организации конечные результаты.

В условиях рыночной экономики получение прибыли является основным мотивом предпринимательской деятельности. Прибыль создает финансовые гарантии для его дальнейшего существования, является важнейшей экономической категорией и основной целью деятельности любой коммерческой организации. Как экономическая категория отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства, так

и сущность прибыли состоит в том, что она является денежным выражением части стоимости прибавочного продукта [4].

Для повышения частоты посещения магазина покупателями, выполняется широкий комплекс маркетинговых мероприятий:

- проведение социальных опросов;
- проведение семплингов (знакомство потребителя с новыми продуктами);
- проведение рекламных акций;
- предоставление льготных скидок.

Повышение культуры обслуживания во многом связано с расширением ассортимента дополнительных услуг, оказываемых покупателям.

Необходимо отметить, что магазин ООО «Три кота» в своей работе с клиентами использует гибкую систему оплаты приобретенных товаров. Клиент может осуществить расчет наличными деньгами на месте, либо осуществить перечисление через банк на расчетный счет предприятия, а также, по договоренности, может оплатить часть товара, заключив договор, предоставляющий отсрочку платежа на 7 или 14 дней.

Клиент имеет возможность детально ознакомиться с имеющимся на складе ассортиментом товаров путем осмотра товарных образцов и осуществления подбора товаров в зале магазина.

Одной из мер по совершенствованию коммерческой деятельности на предприятии ООО «Три кота», является правильное и своевременное составление заказа поставщикам товара.

Таким образом, разнообразие потенциальных поставщиков необходимой продукции делает актуальной проблему выбора тех из них, которые могли бы с наибольшим эффектом обеспечить успешную производственно-сбытовую деятельность компании.

В целом эта проблема может быть подразделена на 3 этапа:

- выявление потенциальных поставщиков;
- анализ выявленных поставщиков;
- определение рейтинга и ранжирование выявленных поставщиков.

Выводы. Коммерческая работа по формированию товарных ресурсов должна основываться на исследованиях потребностей покупателей, организовываться по принципу гибкого управления, включать вопросы ценообразования, основываться на теории маркетинга. Посредством закупок хозяйствующий субъект оказывает воздействие на поставщика. При закупке оформляются и подкрепляются юридически взаимоотношения между поставщиком и покупателем. Достижение главной экономической цели деятельности предприятия – максимизация прибыли – обеспечивается за счет продаж, которые возможны только при наличии соответствующего объема товарных ресурсов. Таким образом, коммерческая деятельность по формированию товарных ресурсов является ключевым условием и инструментом достижения главной экономической цели предприятия.

Коммерческая работа осуществляется на основе принятия управленческих решений. Для принятия обоснованных решений необходимо накапливать и обрабатывать коммерческую информацию. В условиях рыночной экономики информация об эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия может представлять интерес для различных категорий пользователей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иванов, Г.Г. Коммерческая деятельность. Учебник / Г.Г. Иванов. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 563 с
2. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - Москва:

Наука, 2017. - 500 с.

3. Российская торговая энциклопедия. В 5-ти томах. Глав. ред. Орлов Я.Л. М.: РООИиП За социальную защиту и справедливое налогообложение, 2017. 267 с.

4. Коммерческая деятельность / И.М. Синяева и др. - М.: Юрайт, 2019. - 506 с.

5. Магомедов, М. Д. Ценообразование. Учебник / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайка. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 248 с.

IMPROVEMENT OF COMMERCIAL ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE FOR PRODUCT SALES

Annotation. The aim of the work is to develop directions for improving the organization of commercial activities of retail trade enterprises. For this purpose, the concept and content of commercial activity and product sales are considered, the essence of commercial activity of the enterprise is disclosed. The analysis of commercial activity of enterprises TD "Three Kota" Ltd. is conducted, recommendations on the improvement of commercial activity are given.

Keywords: turnover, trade, profitability, costs.

Klimenko Y.I.

Scientific adviser: Barkalova N.A.

Donetsk National University

E-mail: yurriy klimenko@gmail.com

УДК 331.109(477.62''2012/...''+477.62)-042.2

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ КОНФЛИКТОВ НА ТЕРРИТОРИИ ДНР И ЧАСТИ ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ, ПОДКОНТРОЛЬНОЙ УКРАИНЕ

Круглова А.А.

Научный руководитель: Бунтовская Л.Л., д-р экон. наук, профессор ГОУ ВПО «ДОННУ»

Аннотация. В статье представлен сравнительный анализ социально-трудовой конфликтности на территории Донецкой Народной Республики и части Донецкой области, подконтрольной Украине, в период с 2017 по 2021 гг. Проанализирована динамика задолженности по заработной плате на этих территориях как одна из основных причин возникновения трудовых конфликтов. Обозначена необходимость комплексного подхода, в том числе использование преимуществ цифровизации, для предотвращения и профилактики трудовых конфликтов.

Ключевые слова: социально-трудовые конфликты, конфликтные ситуации, акции социального протеста.

Актуальность темы исследования. На протяжении последнего десятилетия в России формируется цифровая экономика. Существенно обновляются комплексы цифровых образовательных, научно-информационных ресурсов, изменяется структура работников, осуществляющих информационную деятельность, что приводит к трансформации всей системы социально-экономических отношений современных организаций. Во-первых, возрастает потребность в реализации новых цифровых научно-информационных ресурсов, повышается спрос на специалистов, способных эффективно реализовывать цифровые услуги, высвобождаются кадры, осуществляющие механический труд. Во-вторых, возникают новые социально-трудовые противоречия, происходит их количественный рост, что приводит к появлению новых социальных вызовов. Для устранения негативных явлений в сфере труда необходимо не только осуществлять мониторинг социально-трудовой сферы, но и диагностировать факторы зарождения социально-трудовых конфликтов, прогнозировать и регулировать процессы их развития. Неоднозначность разработок и неопределенность методик оценки конфликтов в результате внедрения новых цифровых технологий приводит к затруднению и осложнению реализации процессов функционирования современной организации [1].

Цель исследования заключается в проведении сравнительного анализа социально-трудовых конфликтов, возникающих на территории Донецкой Народной Республики и части Донецкой области, подконтрольной Украине, а также выявлении основных причин их возникновения.

Результаты исследования. В Донецкой Народной Республике (ДНР) состояние социально-трудовых отношений существенно осложнилось с началом военных действий, вызвавших значительные разрушения промышленного потенциала, жилого фонда и объектов социальной инфраструктуры, сокращение занятости трудоспособного населения. В процессе реализации задач по восстановлению промышленного комплекса Республики, разработки и принятия действенных мер по созданию новых рабочих мест, увеличению уровня занятости и доходов трудящихся возникла актуальная научная проблема, связанная с формированием действенного механизма обеспечения стабильности трудовых отношений, более эффективного использования потенциала социального партнерства с целью профилактики возникновения и урегулирования на конструктивной основе трудовых споров (конфликтов) [2].

В связи с тем, что в 2014 г. отделение Национальной службы посредничества и примирения в Донецкой области было выведено за пределы созданной Донецкой

Народной Республики, практическую реализацию задач регулирования социально-трудовых отношений в настоящее время осуществляет Министерство труда и социальной политики ДНР, в рамках которого функционирует Департамент социально-трудовых отношений. Кроме того, определенную работу по выявлению факторов дестабилизации, отслеживанию динамики их изменения и профилактике трудовых конфликтов проводит Сектор посредничества и примирения, созданный на базе Государственной инспекции по вопросам соблюдения законодательства о труде ДНР.

Для того, чтобы всесторонне изучить социально-трудовые конфликты в Донецкой Народной Республике, требуется провести статистическое наблюдение. Для этого необходимо рассчитать абсолютный прирост, темп роста, темп прироста и абсолютное содержание 1% прироста для анализа изменения количества конфликтных ситуаций в период с 2017 г. по I квартал 2021 года.

Данные о динамике социально-трудовых конфликтов на территориях Донецкой Народной Республики и Донецкой области, подконтрольной Украине, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Расчет аналитических показателей социально-трудовых конфликтов в ДНР и Донецкой области, подконтрольной Украине, за 2017-2021 гг. (составлено автором по [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12])

Годы	Количество конфликтных ситуаций	Абсолютный прирост, тыс. чел.		Темп роста, %		Темп прироста, %		Абсолют. содерж. 1% прироста
		Баз.	Цеп.	Баз.	Цеп.	Баз.	Цеп.	
Донецкая Народная Республика								
2017	32	—	—	100	—	—	—	—
2018	32	0	0	100	100	0	0	0,32
2019	16	-16	-16	50	50	-50	-50	0,32
2020	22	-10	6	68,8	137,5	-31,2	37,5	0,16
2021	23	-9	1	71,9	104,5	-28,1	4,5	0,22
Итого	125	—	-9	—	0,719	—	—	1,02
Донецкая область, подконтрольная Украине								
2017	33	—	—	100	—	—	—	—
2018	79	46	46	239,4	239,4	139,4	139,4	0,33
2019	55	22	-24	166,7	69,6	66,7	-30,4	0,79
2020	47	14	-8	142,4	85,4	42,4	-14,6	0,55
2021	20	-13	-27	60,6	42,5	-39,4	-57,5	0,47
Итого	234	—	-13	—	0,606	—	—	2,14

Сравнивая Донецкую Народную Республику с частью Донецкой области, подконтрольной Украине, можно отметить, что в последней ситуация складывается значительно хуже. На основании данных, приведенных в таблице 1, можно заключить следующее:

1. В ДНР в 2020 г. по сравнению с 2017 г. количество конфликтных ситуаций снизилось на 10 или 31,2%, а на территории Донецкой области, подконтрольной Украине, увеличилось на 14 конфликтных ситуаций или 42,4%.

2. Наибольшее количество конфликтных ситуаций в ДНР наблюдалось в 2017-2018 гг., а наименьшее – в 2019 г. При этом проведение или организация собраний, митингов, демонстраций, шествий, пикетирований и забастовок в соответствии со статьей 20 Закона Донецкой Народной Республики «О собраниях, митингах, демонстрациях,

шествиях и пикетированиях» от 03 апреля 2015 года в период действия на территории ДНР военного положения запрещается.

3. Наибольшее количество конфликтных ситуаций на территории Донецкой области, подконтрольной Украине, наблюдалось в 2018 г., что обусловлено проведением 22 акций социального протеста, а именно: 1 стихийная забастовка, 5 митингов, 2 невыхода на поверхность, 7 приостановок работы, 6 пикетирований, 1 уличное шествие. Наибольший показатель проведения акций социального протеста зафиксировано на предприятиях угледобывающей отрасли – 20, что составляет 91% от общего количества, а наемные работники этих предприятий проявили наиболее высокую активность в защите своих социальных прав и гарантий, по сравнению с работниками других отраслей [9].

Наименьшее количество конфликтных ситуаций было зафиксировано в 2017 г. В этом году была проведена только одна акция социального протеста членами первичной профсоюзной организации ГП «Мариупольский морской торговый порт», профсоюзами работников угольной промышленности Украины и первичной профсоюзной организацией «Народная Солидарность» в количестве 40 человек в виде митинга у административного здания предприятия. Цель проведения акции протеста – привлечь внимание Министерства инфраструктуры Украины, СМИ, представителей органов исполнительной власти всех уровней к проблеме нарушения прав и гарантий деятельности профсоюзов и трудового законодательства администрацией порта [7].

4. Показатель в 55 конфликтных ситуаций за 2019 г. на территории Донецкой области, неподконтрольной ДНР, связан с проведением 25 акций социального протеста, а именно: 1 шествие, 8 митингов, 2 невыхода на поверхность, 7 приостановок работы, 1 пикетирование и 6 случаев перекрытия трассы. Чаще всего забастовки и акции социального протеста проводились на предприятиях угледобывающей отрасли [10].

5. В 2020 г. на территории Донецкой области, подконтрольной Украине, было зафиксировано проведение 23 акций социального протеста, а именно: 11 митингов, 2 невыхода на поверхность, 2 прекращения работы, 5 перекрытий движения, 3 пикетирования [8].

Результаты анализа работы Государственной инспекции по вопросам соблюдения законодательства о труде ДНР позволяют сделать вывод о том, что одной из главных причин возникновения трудовых конфликтов в Республике является вопрос своевременности выплаты заработной платы и погашения образовавшейся перед наемными работниками задолженности (табл. 2).

Таблица 2

Динамика задолженности по заработной плате в ДНР и на территории Донецкой области, подконтрольной Украине, за 2017-2021 гг.
(составлено автором по [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12])

Годы	Задолженность по з/п		Данные ЦРБ по курсу	Задолженность по з/п на территории Донецкой области, руб.
	ДНР, руб.	Территория Донецкой области, подконтрольная Украине, грн.		
2017	73 860 000	287 032 500	2,04	585 546 300
2018	35 169 200	369 000 000	2,5	922 500 000
2019	66 033 000	321 659 500	2,69	865 264 055
2020	701 405 000	226 511 800	2,55	577 605 090
2021	1 777 200	150 787 500	2,65	399 586 875
Итого:	878 244 400	1 354 991 300	—	3 350 502 320

По данным таблицы 2 можно сделать следующие выводы:

1. В ДНР общая сумма задолженности по заработной плате, которая была взята на учёт для мониторинга, в 2020 г. по сравнению с 2017 г. увеличилась на 627 545 тыс. руб. или на 89,5%. Такое повышение обусловлено эпидемиологической ситуацией, связанной с распространением COVID-19, а также снижением экспорта продукции ДНР за год на 27%. Причем на 40% упал экспорт продукции металлургической и цементной отрасли. Наибольший спад наблюдался среди филиалов «Внешторгсервиса» (почти наполовину), где долги по заработной плате практически повсеместны [5].

2. На территории Донецкой области, подконтрольной Украине, общая сумма задолженности, которая была взята на учёт для мониторинга, в 2020 г. по сравнению с 2017 г. снизилась на 60 520 700 грн. (7 941 210 руб.) или на 21,1%.

3. Общая сумма задолженностей по заработной плате в период с 2017 по 2021 гг. на части Донецкой области, подконтрольной Украине (1 354 991 300 грн. или 3 350 502 320 руб.), превысила общую сумму задолженности в ДНР за этот же период (878 244 400 руб.) на 2 472 257 920 руб. или на 73,8%.

Выводы. Результаты выполненных аналитических и статистических исследований по выявлению предпосылок возникновения и изучению динамики развития трудовых конфликтов в ДНР и части Донецкой области, подконтрольной Украине, позволили заключить, что в комплексе основных причин возникновения трудовых конфликтов на производственном уровне сформировались две наиболее значимые их группы: причины материального характера (нарушение сроков выплаты и наличие задолженности по заработной плате, диспропорции в оплате труда в разных трудовых коллективах, неудовлетворительный размер заработной платы работников) и несоблюдение законодательства о труде, невыполнение условий коллективного договора и отраслевых соглашений, отсутствие в нормативно-правовых актах положений, отражающих интересы сторон социально-трудовых отношений.

С целью снижения конфликтности предприятий Донецкой Народной Республики необходимо обратиться к передовому опыту развитых стран, законодательство которых содержит нормы, гарантирующие получение справедливого вознаграждения за труд и обеспечивающие реализацию механизма разрешения социально-трудовых конфликтов на основе системы социального партнерства и привлечения посредников к проведению переговоров при разрешении трудовых споров [13].

Комплексная работа по предотвращению и профилактике трудовых конфликтов в условиях современных вызовов и угроз требует постоянного мониторинга социально-трудовых отношений, проведения консультаций и разъяснений относительно трудового законодательства, прав и гарантий трудящихся, а также всестороннего использования преимуществ цифровизации, открывающей возможности для более быстрой обработки получаемых данных и составления краткосрочных и долгосрочных прогнозов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кулагина, П. Ю. Показатели оценки социально-трудовых конфликтов современной организации / П. Ю. Кулагина // Вестник СГСЭУ. – 2019. – № 1 (75). – С. 164-167.
2. Бунтовская, Л. Л. Концепция формирования комплексной системы управления трудовыми конфликтами: опыт Донецкой Народной Республики / Л. Л. Бунтовская, С. Ю. Бунтовский, З. Б. Хуажева // Вестник Академии знаний. – 2018. – № 27 (4). – С. 58-63.
3. Информация о проведенной работе Сектором посредничества и примирения при возникновении коллективных трудовых споров ГОСТРУДа ДНР за 2018 год – URL: <http://gostrud-dnr.ru/index.php/struktura/sektor-posrednichestva-i-primireniya-pri-vozniknovenii-kollektivnykh-trudovykh-sporov?start=12> (дата обращения: 25.11.2022).
4. Информация о проведенной работе Сектором посредничества и примирения при возникновении коллективных трудовых споров ГОСТРУДа ДНР за 2019 год – URL: <http://gostrud->

dnr.ru/index.php/struktura/sector-posrednichestva-i-primireniya-pri-vozniknovenii-kollektivnykh-trudovykh-sporov/2544-informatsiya-o-provedennoj-rabote-sektorom-posrednichestva-i-primireniya-pri-vozniknovenii-kollektivnykh-trudovykh-sporov-gostruda-dnr-za-2019-goda (дата обращения: 25.11.2022).

5. Информация о проведенной работе Сектором посредничества и примирения при возникновении коллективных трудовых споров ГОСТРУДа ДНР за 2020 год – URL: <http://gostrud-dnr.ru/index.php/struktura/sector-posrednichestva-i-primireniya-pri-vozniknovenii-kollektivnykh-trudovykh-sporov/2950-informatsiya-o-provedennoj-rabote-sektorom-posrednichestva-i-primireniya-pri-vozniknovenii-kollektivnykh-trudovykh-sporov-gostruda-dnr-za-2020-goda-2> (дата обращения 26.11.2022).

6. Информация о результатах работы сектора посредничества и примирения при возникновении коллективных трудовых споров ГОСТРУДаДНР за I квартал 2021 года – URL: <http://gostrud-dnr.ru/index.php/struktura/sector-posrednichestva-i-primireniya-pri-vozniknovenii-kollektivnykh-trudovykh-sporov/3052-informatsiya-o-rezultatakh-raboty-sektora-posrednichestva-i-primireniya-pri-vozniknovenii-kollektivnykh-trudovykh-sporov-gostrudadnr-za-i-kvartal-2021-goda> (дата обращения 26.11.2022).

7. Результаты работы відділення Національної служби посередництва і примирення в Донецькій області за I півріччя 2017 року – URL: <https://dn.gov.ua/ua/news/rezultaty-roboty-viddilennya-natsionalnoyi-sluzhby-poserednytstva-i-prymyrennya-v-donetskij-oblasti-za-i-pivrichchya-2017-roku> (дата обращения 25.11.2022).

8. Відділенням НСПП у Донецькій області проведено урочисту нараду з нагоди 19-ої річниці з дня утворення Національної служби посередництва і примирення – URL: <https://nspp.gov.ua/home/struktura-nspp-6/7818> (дата обращения 27.11.2022).

9. Підсумки роботи відділення Національної служби посередництва і примирення в Донецькій області за 2018 рік – URL: <https://novogrodovka-rada.gov.ua/novyny/1990-pidsumki-roboti-viddilennya-natsionalnoji-sluzhbi-poserednitstva-i-primirennya-v-donetskij-oblasti-za-2018-rik> (дата обращения 27.11.2022).

10. Отчет о результатах работы отделения Национальной службы посредничества и примирения в Донецкой области за 2019 год – URL: <https://mariupolrada.gov.ua/ru/news/zvit-pro-rezultati-roboti-viddilennja-nacionalnoi-sluzhbi-poserednitstva-i-primirennja-v-donetskij-oblasti5e317edc1d402> (дата обращения 27.11.2022).

11. Звіт про результати роботи відділення Національної служби посередництва і примирення в Донецькій області за 2020 рік – URL: http://utszn-konst.at.ua/index/pidsumki_roboti_viddilennja_nacionalnoji_sluzhbi_poserednitstva_i_primirennja_v_doneckij_oblasti_za_9_m/0-403 (дата обращения 26.11.2022).

12. Звіт про результати роботи відділення Національної служби посередництва і примирення в Донецькій області за I квартал 2021 року – URL: <https://selidovo-rada.gov.ua/novini/zvit-pro-rezultati-roboti-viddilennya-natsionalnoji-sluzhbi-poserednitstva-i-primirennya-v-donetskij-oblasti> (дата обращения 27.11.2022).

13. Бунтовская, Л. Л. Мотивация и стимулирование труда работников в контексте социально-трудовой конфликтности / Л. Л. Бунтовская // Вестник ДонНУ. Сер. В. Экономика и право. – 2021. – № 2. – С. 27-33.

COMPARATIVE ANALYSIS OF SOCIAL AND LABOR CONFLICTS ON THE TERRITORY OF THE DPR AND PART OF THE DONETSK REGION UNDER THE CONTROL OF UKRAINE

Abstract. The article presents a comparative analysis of social and labor conflicts in the territory of the Donetsk People's Republic and part of the Donetsk region controlled by Ukraine in the period from 2017 to 2021. The dynamics of wage arrears in these territories is analyzed as one of the main causes of labor conflicts. The need for an integrated approach, including the use of the advantages of digitalization, to prevent and prevent labor conflicts is indicated.

Key words: social and labor conflicts, conflict situations, social protest actions.

Kruglova A.A.

Scientific advisor: Buntovskaya L.L.
sanaplya@yandex.ru

УДК 368

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Куренко Д.К.**Научный руководитель: Хорошева Е.И., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. Статья посвящена особенностям финансового анализа деятельности страховой организации. Обоснованы основные направления финансового анализа деятельности страховой организации. Финансовый анализ проведен на примере АО «МАКС». Даны предложения по перспективному развитию деятельности страховой компании.

Ключевые слова: страховая организация, финансовый анализ, финансовое состояние, капитал страховые резервы

Потребность в финансовом анализе организации, связанной с какой-либо сферой или звеном финансовых отношений, в том числе страхованием [1, 2, 3, 4, 5], обусловлена динамичностью финансовых процессов. Выявление факторов управления страховой компанией [6] позволяет определить перспективы ее развития.

Цель работы состоит в выявлении особенностей функционирования страховой компании на основе финансового анализа ее деятельности для определения перспектив развития страхового дела.

Анализ литературных источников показал [7, 8, 9], что для финансового анализа организации, осуществляющей деятельность, связанную с определенной сферой финансовых отношений, используются стоимостные абсолютные показатели и коэффициенты, которые обладают универсальностью оценки, с одной стороны, и могут охарактеризовать объемы деятельности и качество ведения бизнеса с учетом сферы отношений, с другой стороны.

Финансовое состояние страховой компании напрямую влияет на показатели ее деятельности и, в конечном счете, на ее существование. Проведем финансовый анализ на примере акционерного общества «Московская акционерная страховая компания» (далее СК). СК является крупной, универсальной страховой компанией федерального уровня с современным портфелем страховых продуктов для корпоративных клиентов и частных лиц. Для анализа деятельности СК будет использовать данные официально публикуемой финансовой отчетности [10, 11]. Основные финансовые показатели деятельности СК за 2020 - 2022 годы представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные финансовые показатели СК за 2020 - 2022 годы (млн руб.)

Наименование показателей	2020	2021	2022
Активы	16700	18706	23294
Высоколиквидные активы	10035	10141	13612
Основные средства	903	950	929
Страховые резервы	9782	11431	14466
Капитал	5874	5855	6930
Сборы, в т. ч. поступления целевых средств ТФОМС и клиник	11050	13866	16106
Выплаты, в т. ч. использование целевых средств ОМС	6934	7312	7681
Управленческие расходы	1680	2156	2191
Чистая прибыль	459	356	1072
Нераспределенная прибыль	1590	1568	2640

СК осуществляет деятельность по всем видам добровольного и обязательного страхования во всех субъектах Российской Федерации. Благодаря продуманной политике по развитию сети розничных продаж и наращиванию доли региональных операций, грамотному размещению резервов и инвестированию средств компания неизменно входит в число лидеров страхового рынка России.

Финансовая устойчивость компании находится на высоком уровне и характеризуется способностью отвечать по своим обязательствам перед контрагентами и клиентами капиталом и страховыми резервами, обеспеченными качественными активами, отвечающими признакам оперативной/текущей ликвидности [7]. Доля денежных средств на банковских счетах в структуре активов в течение всего года не опускалась ниже 60% и по итогам года превысила данный показатель. Объем долгосрочных инвестиций в недвижимость, включая инвестиционное имущество, вырос по сравнению с показателем 2021 г. и составил 2,044 млрд рублей. По итогам 2022 года вся недвижимость Страховой группы СК в соответствии с Федеральным законом «Об оценочной деятельности в Российской Федерации», а также с учетом требований к оценщику Положения 710-П, прошла профессиональную оценку независимого оценщика. Активы СК, относящиеся к первой группе ликвидности (расчеты в 1 день) традиционно превышают совокупные выплаты.

Структура активов СК представлена в таблице 2.

Таблица 2

Структура активов СК

Показатели	2019 г.		2020 г.		2021 г.		2022 г.	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Денежные средства и эквиваленты	11048,9	68,8	11546,1	69,1	10140,9	54,2	13611,9	58,4
Дебиторская задолженность	1271,0	7,9	1069,5	6,4	1446,2	7,7	1869,4	8,0
Основные средства	1494,8	9,3	1451,7	8,7	948,3	5,1	929,1	3,9
Доля перестраховщиков в страховых резервах по страхованию иному, чем страхование жизни	149,8	0,9	120,8	0,7	85,1	0,5	714,0	3,1
Отложенные налоговые активы, запасы, прочие активы	1585,2	9,9	2017,9	12,1	3596,9	19,2	3709,9	15,9
Итого активы	16050	100	16700	100	18704,5	100,0	23294,1	100

Суммарный объем начисленных доходов от инвестиций средств страховых резервов и капитала составил 2307 млн. рублей. Доход от размещения денежных средств на банковских счетах составил 612 млн. рублей или 30% от суммы доходов, превысив аналогичный показатель 2021 года за счет существенного повышения ключевой ставки. Более 649 млн. рублей принесло участие страховой организации в капитале дочерних и других акционерных обществ. Расходы по операциям с валютой составили 15,738 млн. рублей, что значительно превышает показатель 2021 г.

Инвестирование собственных средств, страховых резервов производится на условиях диверсификации, ликвидности, возвратности и доходности, в соответствии с требованиями, установленными Банком России [6].

Основными целями формирования инвестиционного портфеля СК являются: минимизация инвестиционных рисков с удержанием среднерыночной доходности;

поддержание требуемой ликвидности инвестиционного портфеля и ежедневное выполнение действующих требований к активам при строгом ежедневном контроле соответствия требованиям Указаний Банка России о размещении средств страховых резервов и капитала, в том числе собственного капитала страховщика.

Структура пассивов СК представлена в таблице 3.

Таблица 3

Структура пассивов СК

Показатели	2019 г.		2020 г.		2021 г.		2022 г.	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Капитал	5374,3	33,5	5873,9	35,2	5854,9	31,3	6930,3	29,8
Страховые резервы	9629,6	60,0	9781,8	58,6	11431,2	61,1	14466,1	62,1
Прочие обязательства	1046,4	6,5	1044,8	6,3	192,1	1,0	201,4	0,9
Итого пассивы	16050,2	100,0	16700,5	100,0	18704,5	100,0	23294,1	100,0

Риски ликвидности СК обусловлены, прежде всего, ежедневной необходимостью в денежных средствах для произведения страховых выплат и связаны соответствием между сроками наступления обязательств и сроками размещения активов. Показатель мгновенной ликвидности традиционно находится на очень высоком уровне и составляет 69%. Показатель ликвидности, который в 2019 году составлял 130%, в 2020 году составил 150%, является стабильным на протяжении всего периода деятельности с уровнем выше среднего. Анализ платежеспособности СК также свидетельствует о высоком уровне этого показателя.

По состоянию на 31 декабря 2022 года фактический размер маржи платежеспособности полностью обеспечивает нормативные требования к капиталу, который по итогам года составил 6,902 млрд рублей и превышает уставный капитал Общества на 2,902 млрд рублей.

Структура обязательств СК отвечает требованиям Банка России. Основная часть обязательств приходится на страховые резервы и составляет 88,41%. Доля Капитала в обязательствах превышает 50%. Стабильный размер собственных средств является прямым свидетельством того, что страховая организация развивается, способна брать на себя больше обязательств, располагает достаточными финансовыми возможностями для обслуживания объемных страховых программ.

Расходы на заключение договоров страхования и управленческие расходы, произведенные исследуемой страховой организацией в течение последних лет, стабильны и не превышают 35% в общем объеме расходов, что лучше среднерыночных показателей для компаний с аналогичной структурой страхового портфеля.

Задачи СК в 2022 году по сохранению рыночных позиций, наращиванию показателей капиталоемкости, удержанию положительного показателя рентабельности, сохранению платежеспособности и конкурентоспособности, оставаясь страховщиком второго размерного класса, в целом были достигнуты.

По состоянию на 31 декабря 2022 года на уставный капитал, составляющий 4 млрд руб., приходится 57,72% Капитала, что ниже показателя 2021 г.; на долю нераспределенной прибыли приходится 38,09% Капитала, что выше показателя 2021 г. По размеру уставного капитала СК на конец 2022 года занимает 16-е место среди российских страховщиков.

В таблицах 4 и 5 представлены основные финансовые результаты деятельности СК в динамике. Показатель платежеспособности СК на конец 2022 года составил 239,3% превысив аналогичный среднерыночный показатель платежеспособности, который по данным Банка России составил 64%. Показатели рентабельности СК на 2022 г. выросли в сравнении с показателями 2021 г., однако значительно уменьшились по сравнению с предыдущими годами.

Таблица 4

Основные финансовые результаты деятельности СК

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Основные абсолютные финансовые показатели (тыс. руб.)				
Активы	16050242	16700539	18704545	23294105
Капитал	5324255	5873942	5854911	6930286
Уставный капитал	4000000	4000000	4000000	4000000
Нераспределенная прибыль	1130604	1589761	1567638	2639785
Страховые резервы	9629615	9781798	11431196	14466134
Страховые взносы	10960942	11049991	13866125	16106273
Страховые выплаты	10013778	6934280	7311902	7680532
Чистая прибыль	160595	459158	355864	1072147
Показатели рентабельности (%)				
Чистая прибыль/Актив (ROA)	1,00	2,75	0,02	0,05
Чистая прибыль/Капитал (ROE)	2,99	7,82	0,06	0,16
Чистая прибыль/Объем страховых премий-нетто	1,60	4,46	0,05	0,14

Таблица 5

Показатели нормативного и фактического размера маржи платежеспособности СК

Показатель	31 декабря 2022 года	31 декабря 2021 года
Нормативный размер маржи платежеспособности (млн. руб.)	2471	2187
Фактический размер маржи платежеспособности (млн. руб.)	5914	4950
Уставный капитал (млн. руб.)	4000	4000
Отклонение фактического размера от нормативного (млн. руб.)	3443	2793
Отклонение фактического размера маржи от нормативного %	239,3	226,3

Фактический размер маржи платежеспособности СК существенно вырос и составил 5,9 млрд руб. (2021 год – 4,9 млрд руб.), при этом нормативный размер маржи увеличился с 2,187 млрд руб. до 2,471 млрд руб. за счет снижения убытков в 2022 году. Такая динамика способствует формированию большого запаса капитала, свободного от страховых обязательств; отклонение фактического размера маржи платежеспособности от нормативного составило на конец 2022 года 3,43 млрд руб.

С марта 2022 года в Российской Федерации начали вводиться значительные временные экономические меры ограничительного характера, включающие в том числе запрет в отношении предоставления резидентами займов нерезидентам в иностранной валюте, зачисления резидентами иностранной валюты на свои счета в зарубежных банках, ограничения на осуществление выплат по ценным бумагам иностранным инвесторам и ограничения в отношении заключения сделок с лицами ряда иностранных государств, а также потолок цен на сырую нефть и нефтепродукты, экспортируемую из Российской Федерации.

Страховщик подвержен рыночному риску, который является риском финансовых потерь или снижения стоимости активов в результате неблагоприятного изменения рыночных цен (курсов иностранных валют, цен на драгоценные металлы, процентных ставок). Страховщик устанавливает лимиты в отношении уровня принимаемого риска и контролирует их соблюдение. Использование этого подхода не позволяет предотвратить

образование убытков, превышающих установленные лимиты, в случае более существенных изменений на рынке. По каждому виду рыночного риска, которому страховщик подвергается на конец отчетного периода, проводится анализ чувствительности, отражающий информацию о том, как повлияли бы на прибыль или убыток вероятные изменения соответствующей переменной риска, которые могли бы иметь место на конец отчетного периода. Страховщик управляет рыночным риском в соответствии с политикой по управлению рыночным риском. Основными целями управления рыночным риском являются оптимизация соотношения риск (доходность), минимизация потерь при реализации неблагоприятных событий и снижение величины отклонения фактического финансового результата от ожидаемого [12].

В феврале-марте 2022 года цены на нефть превысили 100 долларов США за баррель, обменный курс рубля достиг 130 рублей за 1 евро и 120 рублей за 1 доллар США. Во втором полугодии 2022 года наблюдалось снижение валютных курсов и их относительная стабилизация. По состоянию на 31 декабря 2022 года курс рубля составляет 75,655 рублей за 1 евро и 70,337 рублей за 1 доллар США. Московская биржа приостановила торги ценными бумагами до 28 марта 2022 года. 28 февраля 2022 года Центральный Банк Российской Федерации повысил значение ключевой ставки до 20%, впоследствии снизив её до 8 % в июле 2022 года. По состоянию на 31 декабря 2022 года значение ключевой ставки равно 7,5% [11]. Такая ситуация не оказала существенного негативного влияния на деятельность СК.

При анализе финансового состояния было выявлено, что коэффициенты финансовой устойчивости и рентабельности имеют отрицательную динамику, относительно прошедших лет, вследствие этого можно сказать, что СК является финансово зависимой компанией. Необходимо выделить положительные моменты, к которым можно отнести накопление потенциала СК, выполнение минимального требования финансовой устойчивости – превышение фактической маржи платежеспособности над нормативной. Однако есть и факторы, негативно характеризующие финансовое состояние и влияющие на снижение платежеспособности страховой организации, финансовой устойчивости, а именно: увеличение просроченной дебиторской задолженности, как в абсолютном значении, так и удельного веса в структуре имущества; быстрое увеличение расходов по ведению дела; высокая доля убытков организации по обязательному страхованию автогражданской ответственности; низкое значение коэффициента платежеспособности и текущей ликвидности; рост стоимости источников финансирования за счет обязательств.

Исходя из проведенного анализа, а также обобщения точек зрения разных исследователей данной проблематики [3, 13, 14] целесообразно предложить следующие меры по улучшению финансового состояния страховой компании:

1. Изменить структуру страхового портфеля в сторону увеличения доли инвестиционного личного страхования жизни.
2. Минимизировать расходы на ведение дела и агентские услуги, сокращение судебных издержек.
3. Снизить дебиторскую и кредиторскую задолженности.
4. Расширить линейки страховых продуктов и методов их продажи.
5. Усилить внутренний контроль в компании.
6. Улучшить состояние расчетно-платежной дисциплины в организации, оказывающей существенное влияние на ее платежеспособность и финансовую устойчивость.
7. Соблюдать нормативные соотношения между активами и принятыми страховыми обязательствами.
8. Поднять уровень капитализации, что позволит хотя бы сохранить объемы страховых операций в тех нишах, в которых они сегодня работают.

9. Повысить эффективность ведения бизнеса за счет усиления технологичности всех бизнес-процессов.
10. Улучшить уровень клиентоориентированности за счет введения новых и имеющихся программ страхования, направленных на конечного потребителя.
11. Нарастить объемы предоставляемых услуг в секторе страхования жизни, который является источником долгосрочных инвестиционных ресурсов.

Таки образом, в результате проведенного финансового анализа деятельности страховой компании определены возможные пути ее развития с учетом общих тенденций функционирования страхового рынка России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Покачалова, Е.В. Страхование как самостоятельное звено финансовой системы / Е.В. Покачалова // Вопросы экономики и права. – 2018. – № 6. – С. 3-5.
2. Сплетухов, Ю.А. Страхование : учеб. пособие / Ю.А. Сплетухов, Е.Ф. Дюжиков. // – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 358 с.
3. Турченко Л.Г. Государственное регулирование страхового рынка России / Л.Г. Турченко // Научный электронный журнал Меридиан. – 2020. – № 7 (41). – С. 348-350.
4. Мещанинова И.И. Анализ организации страхового дела и выявление тенденций развития мировых компаний страхования жизни и здоровья / И.И. Мещанинова, Е.И., Хорошева // Финансовый и банковский менеджмент: опыт и проблемы. Тезисы докладов и выступлений XX международной научной конференции молодых ученых. Под общей редакцией П.В. Егорова. 2018. - С. 273-275.
5. Финансы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Алексеенко, А.А. Блажевич, Е.И. Карпова, Д.А. Семенова, Е.И. Хорошева, О.А. Шакура. – Донецк: ДонНУ, 2018. – 193 с.
6. Пекус Я.В. Страховая компания как субъект страхования жизни / Я.В. Пекус, Е.И. Хорошева // Финансы, учет, банки. Тезисы докладов и выступлений IV международной научно-практической конференции молодых ученых. Под общей редакцией П.В. Егорова. 2022. С. 214-216.
7. Погостинская Н.Н., Особенности анализа финансовой устойчивости страховых организаций / Н.Н. Погостинская, Ю.А. Погостинский, Г.А. Павлюк // Страховое дело. — 2015. — № 3 (264). — С. 18-22.
8. Алексеева Г.И. Особенности оценки финансового состояния страховой компании по данным МСФО-отчетности [Текст] / Г. И. Алексеева // Международный бухгалтерский учет. – 2019. – № 44. – С. 14–29.
9. Будилова Т.С. Актуальные вопросы оценки финансового состояния страховой организации / Т.С. Будилова // Журнал исследований по управлению. – 2018. – Том 4 № 11.
10. Годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность АО МАКС с аудиторским заключением [Электронный ресурс] //– 2020. – Режим доступа: https://maks.ru/upload/iblock/060/A3_2020.pdf
11. Годовой отчет страховой группы «МАКС» за 2022 г. [Электронный ресурс] /– Режим доступа: <https://maks.ru/upload/iblock/746/maks-annual-report-2022.pdf>
12. УСТАВ Акционерного общества «Московская акционерная страховая компания (АО «МАКС»))» (редакция №7) [Электронный ресурс] //– 2019. – Режим доступа: [https://maks.ru/upload/iblock/bb6/967\).pdf](https://maks.ru/upload/iblock/bb6/967).pdf)
13. Полосин Д.А. Страховой рынок России и его возможные пути развития [Электронный ресурс] / Д.А. Полосин // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2021. - №3. – Режим доступа: <https://ekonomika.snauka.ru/2021/12/17383>.
14. Русецкая Э.А., К вопросу о динамике развития страхового рынка [Электронный ресурс] \ Э.А. Русецкая, Ю.В. Лукьянчук, В.А. Грудина // Московский экономический журнал. – 2022. - №6. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

FINANCIAL ANALYSIS OF ACTIVITIES INSURANCE ORGANIZATIONS

Annotation. The article is devoted to the peculiarities of the financial analysis of the insurance organization. The main directions of financial analysis of the insurance organization's activity are substantiated. The financial analysis was carried out on the example of JSC "MAX". The proposals on the long-term development of the insurance organization are given.

Keywords: insurance organization, financial analysis, financial condition, capital, insurance reserves

Kurepko D.K.

Scientific adviser: Khorosheva E.I., Candidate of Economics, Associate Professor, Donetsk National University
E-mail: khorosheva.koi@donnu.ru

УДК 331.5.024.5

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ ТРУДА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Лаврищева О. В.

*Научный руководитель: Оленичева Ю. А., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация: В статье исследованы особенности формирования рынка труда Донецкой Народной Республики в области развития подготовки и переподготовки кадров к инновационной экономике, а также представлены основные направления и мероприятия по развитию механизма государственного управления рынком труда Донецкой Народной Республики.

Ключевые слова: занятость, государственное управление, регион, рынок труда.

Постановка проблемы. Занятость населения является одной из основных характеристик экономики в области благосостояния граждан – это характеристика удовлетворенности спроса на рабочую силу или фактической реализации предложения труда. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что на территории Донецкой Народной Республики возникает необходимость реализации новой политики в сфере рынка труда и занятости, она обуславливается глобализацией и в этой связи необходимостью формирования нового подхода на человеческие ресурсы Республики. В современных условиях одной из приоритетных задач развития региона является повышение его конкурентоспособности. Условием эффективного функционирования и стабильности экономики выступает необходимость разработки социального законодательства в сфере трудовых отношений.

Анализ последних исследований и публикаций. Различные аспекты рынка труда и социально-трудовых отношений широко представлены как в исследованиях зарубежных, так и российских учёных. Среди современных российских авторов, исследовавших проблемы рынка труда и занятости, особо следует отметить работы Н. Н. Котовой, А. Е. Черепановой, С. Н. Михайловой, О. А. Михайловой, С. Г. Кузнецова.

Цель исследования: определить особенности формирования рынка труда Донецкой Народной Республики в условиях инновационной экономики.

Основная часть. На сегодняшний день перед Донецкой Народной Республикой острым остаётся вопрос выработки новых механизмов государственного регулирования рынка труда, в соответствии с адекватным выбранным интеграционным курсом государства. Рынок труда в Республике претерпел фундаментальные изменения с середины 2014 г., в связи с чем, многие исследования регионального рынка труда до указанного года утратили свою актуальность [1].

Необходимость регулирующей роли государства в реструктуризации занятости, с учетом нарастающей напряженности на внутренних рынках труда становится все более очевидной, и, это подтверждается особым вниманием государства к решению проблем занятости и безработицы.

Регион, выступая как самостоятельный и равноправный субъект экономических отношений, располагает ресурсами, принимает долю ответственности за решение проблем занятости. Но, недостаточная развитость механизма оценки текущего состояния сферы труда и занятости в условиях военного времени, разработки эффективных управленческих воздействий на предприятиях, дают возможность сказать об отсутствии

(на сегодняшний день) особой концепции организации управления занятостью в регионе.

Несмотря на наличие общих задач по преобразованию сферы социально-трудовых отношений, в них были сформированы свои специфические проблемы в области труда и занятости, которые обусловлены различиями в экономических возможностях и значительной социальной дифференциации. Для того, что бы изменить такие негативные тенденции должна быть сформирована действенная система управления занятостью, которая обеспечит оперативное решение проблем, и будет влиять на макроэкономические показатели с целью сохранения уже существующих и создания новых рабочих мест, а также формирования эффективной структуры занятости [2].

То, что занятость зависит от демографических факторов и политики в области образования, здравоохранения, социальной защиты, стабильной политической ситуации и регулирования национального рынка труда, безусловно, известно, а уровень и качество занятости зависит от текущего спроса на рабочую силу, которая обусловлена экономическим и социальным развитием, денежно-кредитной, фискальной, структурной и технологической политикой. Исходя из этого, проблему занятости следует рассматривать исключительно как комплексную проблему с многовекторными направлениями.

В целом, следует заметить, что переход от всеобщей и полной занятости в общественном производстве к системе экономической активности, отвечающей критериям рыночного хозяйства, состоялся. В социально-трудовой сфере происходят абсолютные преобразования: на смену общественному и коллективному приходит частный и индивидуальный труд, существенная часть экономически активного населения работает на себя.

Проводимая политика занятости на территории Донецкой Народной Республики должна преимущественно ориентироваться на экономические методы регулирования рынка труда, а также должна предусматривать качественные сдвиги в структуре занятости, профессиональной подготовке, повышении конкурентоспособности рабочей силы и гарантированной социальной защиты.

Основные направления и мероприятия по развитию механизма государственного управления рынком труда Донецкой Народной Республики представлены на рис. 1.

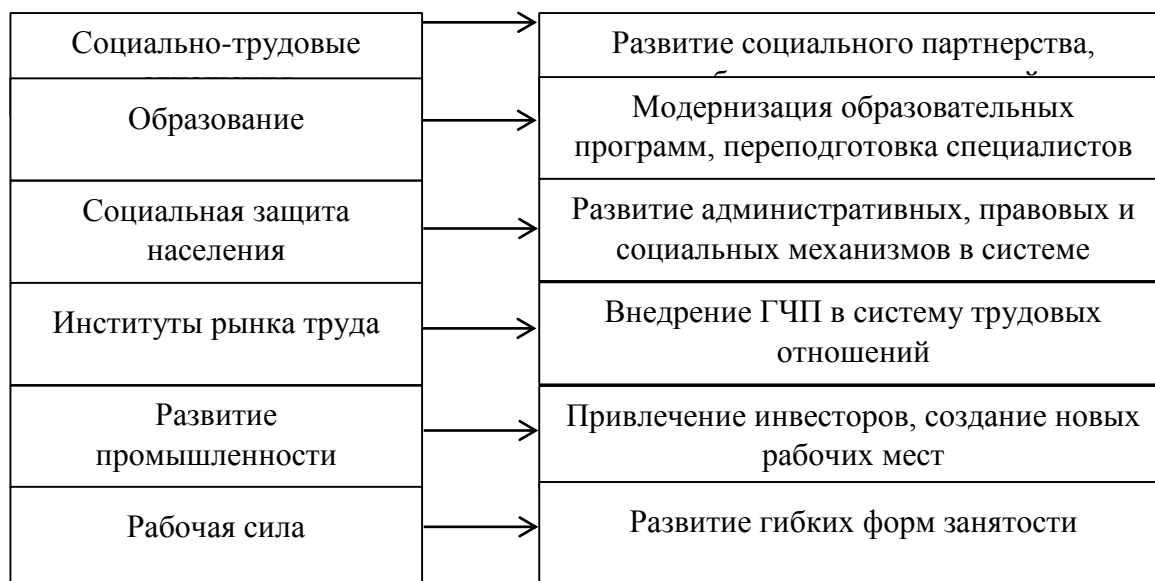


Рис. 1. Направления и мероприятия по развитию механизма государственного управления рынком труда ДНР

Подготовка и переподготовка кадров для инновационной экономики требует реализовывать следующие направления:

- разработку и совершенствование научно-методической базы для подготовки, переподготовки и повышения квалификации менеджеров промышленных предприятий;
- разработку учебно-методических комплексов, касающихся финансирования инноваций, управленческого консалтинга, управления инновационными проектами, управления рисками в инновациях;
- установление научно-обоснованной зависимости между уровнем подготовки управленческих кадров и эффективностью производственно-хозяйственной деятельности предприятий;
- научно-обоснованное решение проблем в области производственно-хозяйственной деятельности промышленных предприятий в соответствии с приоритетными направлениями инновационной политики;
- сбор, хранение и анализ научно-технической информации, создание баз данных по научному и инновационному потенциалу региона.

Прикладными аспектами подготовки и переподготовки кадров для инновационной экономики являются [3]:

- создание материально-технической базы для подготовки и переподготовки специалистов, которые будут отвечать требованиям инновационной экономики;
- кадровое обеспечение промышленных предприятий инновационного профиля;
- кадровое обеспечение субъектов региональной инновационной инфраструктуры;
- обучение и переподготовка предпринимателей в сфере экономики, менеджмента, маркетинга, повышение уровня их профессиональных, правовых, экономических и управленческих знаний.

Подобные системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов для инновационной экономики созданы и функционируют в странах с развитой рыночной экономикой с высокой эффективностью.

В Донецкой Народной Республике система подготовки кадров для предприятий и других субъектов инновационного предпринимательства находится на начальной фазе своего формирования.

В процессе реализации программы подготовки и переподготовки кадров будут достигнуты следующие результаты:

- создание качественно новой системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров учитывая специфику рыночного механизма хозяйствования и переориентации экономики на инновационный путь развития;
- совершенствование качества подготовки специалистов для инновационной экономики;
- создание методологических основ для моделирования экономических процессов в сфере венчурного предпринимательства.

Предполагаемые технико-экономические показатели подготовки и переподготовки кадров для инновационной экономики:

- количество подготовленных, переподготовленных и прошедших квалификацию менеджеров различных уровней управления;
- акты о внедрении результатов научных исследований, призванные решить проблемы кадрового обеспечения производственно-хозяйственной деятельности предприятий, полученные в ходе подготовки, переподготовки и повышения квалификации управленческих кадров (инновационных менеджеров для субъектов инновационного предпринимательства).

В качестве основных исполнителей программы по подготовке и переподготовке кадров для инновационной экономики могут выступать высшие учебные заведения Республики.

Если рассматривать опыт развитых государств, можно заметить, что их структуры образования работают в тесном взаимодействии с работодателями. В некоторых же государствах все субъекты бизнеса обязаны быть членами организаций, которые обеспечивают подготовку и переподготовку рабочих кадров в соответствии с текущим спросом на рабочую силу. Каждый член такой организации должен платить взнос и составлять заявки на необходимые ему профессии.

Отсюда следует, что перед государственной политикой в области образования и подготовки профессиональных кадров стоит ряд задач, а именно [4]:

– определение подготовки кадров для инновационной деятельности в качестве одного из приоритетов развития образования;

– создание центров и институтов, которые будут заниматься вопросами профессиональной аттестации и переподготовки специалистов и рабочих технических специальностей при участии государства и частного сектора;

– подготовка специалистов по специальностям, требуемым для развития инновационной деятельности в республике, таких как: менеджеры и эксперты инновационных проектов; специалисты по международному маркетингу, патентному праву, внедрению и оценке потенциального риска проектов (менеджер проектов), менеджер по качеству; менеджер интегрированных систем менеджмента (качества, бизнеса, информатизации).

Выводы: Таким образом, эффективному решению проблемы занятости населения должно способствовать прочное взаимодействие образовательных учреждений региона (вузов, техникумов, школ бизнеса) с центрами занятости населения в отношении дополнительного образования. На сегодняшний день профильным органам власти необходимо найти и внедрить такие механизмы государственного управления, которые позволят создать конкурентоспособный рынок труда, наполненный не только специалистами производственных профессий, но и экспертами в высокотехнологических отраслях экономики. Создать условия к достижению указанной цели возможно посредством проведения и реализации мероприятий, подготовленных в рамках настоящего исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рудченко Т. И. Развитием механизмов государственного управления рынка труда Донецкой Народной Республики / Т. И. Рудченко, Н. Н. Махносова // Сборник научных работ серии «Государственное управление». Вып. 21: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДОНАУИГС». – Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021. – 152-159 с.
2. Котова Н.Н. Проблема занятости на рынке труда / Н.Н. Котова, А.Е. Черепанова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2019. – № 2. – С. 54-62.
3. Профессиональное образование региона – ресурс кадрового обеспечения промышленного роста [Текст]: Областная научно-практическая конференция (Киров, 24 ноября 2020 года): Сборник материалов / Авторский коллектив; КОГОАУ ДПО «ИРО Кировской области». – Киров, 2020. – 93 с.
4. Концепция развития системы дополнительного профессионального образования и внутренней оценки качества образовательных программ Государственного института экономики, финансов, права и технологий на 2018 - 2022 гг. и на период до 2030 года [Электронный ресурс] / Цель, задачи и принципы развития системы дополнительного профессионального образования – Режим доступа: <https://edu.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2019/09/02/>

**FEATURES OF THE FORMATION OF LABOR MARKET MANAGEMENT OF THE
DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC IN THE CONDITIONS OF AN INNOVATIVE ECONOMY**

Abstract. The article reveals the features of the formation of the labor market of the Donetsk People's Republic in the field of training and retraining of personnel for the innovative economy, and also presents the main directions and measures for the development of the mechanism of state management of the labor market of the Donetsk People's Republic.

Keywords: employment, public administration, region, labor market.

Lavrisheva O.V.

Scientific adviser: Olenicheva Y. A., Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: lavrishevaolechka@mail.ru

УДК 657

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Литвиненко Е.И.

*Научный руководитель: Никитенко А.А., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В статье рассматривается история развития финансовой отчетности и современные подходы к ее пониманию. Дана характеристика принципов формирования отчетности предприятия, систематизированы требования, предъявляемые к финансовой информации. Определена роль финансовой отчетности в процессе принятия управленческих решений.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, отчетность, финансовая отчетность, предприятие, управленческие решения.

Введение. В экономической системе любого субъекта финансовая отчетность играет значительную роль, поскольку информация отчетности используется как для экономического анализа деятельности предприятия, так и для управления им, накопления и обобщения информации в масштабах предприятия, отрасли экономики, всего экономического механизма страны. Поэтому современная экономика выдвигает высокие требования к формированию и эффективности использования показателей отчетности субъектов хозяйствования, глубины экономического, финансового и стратегического анализа и прогнозирования дальнейшего развития.

Финансовая отчетность, как основа информационного обеспечения различных групп пользователей, является одной из составляющих движущегося развития экономики. От ее качественных характеристик зависит ряд показателей эффективности на микро- и макроуровнях, что в конечном итоге определяет темпы развития национальной экономики и напрямую влияет на инвестиционную привлекательность и динамику привлечения инвестиций на рынках капиталов.

Цель статьи – изучение истории зарождения и развития финансовой отчетности, определение ее экономической сущности.

Основная часть. В настоящее время сложилась достаточно устойчивая система нормативного регулирования порядка формирования и контроля бухгалтерской (финансовой) отчетности хозяйствующих субъектов, которая является существенным гарантом ее достоверности, позволяющим повысить степень доверия потенциальных пользователей к информации, содержащейся в ней. Однако, стандартизированная и упорядоченная система формирования финансовой отчетности существовала не всегда.

В своем историческом развитии бухгалтерская отчетность прошла множество этапов. Современное ее состояние складывалось под воздействием немалого числа факторов. Особое влияние при этом оказало зарождение двойной записи, которая стала пограничным моментом, разделяющим развитие отчетности на два основных этапа.

Важно заметить, что период возникновения бухгалтерской отчетности нельзя отождествлять с периодом возникновения бухгалтерского учета, датированным IV тыс. до н.э. Началом зарождения отчетности можно считать II тыс. до н.э., как время появления фонетического письма и информационного воспроизведения фактов хозяйственной жизни (см. табл. 1) [1, с.2].

В начале своего появления бухгалтерская отчетность представляла собой описание имущества в натуральных измерителях на определенную дату. Вследствие составления отчетности по данным инвентаризации, ее достоверность была на довольно высоком

уровне. После появления денег качество учетных данных бухгалтерской отчетности значительно снизилось вследствие неграмотности учетных работников.

Таблица 1

Факторы зарождения и развития бухгалтерской отчетности [1, с.2]

Дата	Факторы, повлиявшие на развитие отчетности	Формы отчетности	Черты отчетности
II тыс. до н.э.	Появление фонетического письма	-	Опись имущества в натуральных измерителях
V в. до н.э.	Использование единого денежного измерителя в учете	-	Опись имущества в едином денежном измерителе
XIV в.	Появление двойной записи	Возникновение баланса	Наличие абстрактных показателей
XVIII в.	Классификация и деление счетов на синтетические и аналитические	Возникновение отчета о финансовых результатах	Укрупненные, обобщенные данные об учетных объектах
XIX в.	Появление балансоведения и бухгалтерского законодательства	Возникновение отчета о движении денежных средств	Зависят от целей и принятых оценок
Со второй половины XX в.	Появление МСФО	Возникновение отчета о собственном капитале	Сопоставимость

Вместе с появлением известного трактата Луки Пачоли «О счетах и записях», отчетность XIV века была представлена лишь одной формой - балансом - структурированным документом с двумя разделами - активом и пассивом. В актив заносились все счета с дебетовыми сальдо, а в пассив - все счета с кредитовыми сальдо. Смысл группировки данных в балансе был непонятен, поэтому итоги двух разделов баланса были бессмысленными.

Уже в XIV веке в некоторых крупных торгово-банковских компаниях Флоренции уже применялась двойная бухгалтерия необычайно высокого уровня. Счетоводы этих компаний систематически составляли Бухгалтерский баланс и Отчет о прибылях и убытках, которые были полностью согласованные между собой. Вследствие классификации счетов на синтетические и аналитические (XVIII в.), формы бухгалтерской отчетности стали более наглядными и давали общее представление об экономическом субъекте в целом. Увеличение мировой торговли в XIX веке способствовало тому, что законодательство многих стран начало обязывать предпринимателей публиковать свои отчеты. В течение своего развития, статические формы финансовой отчетности постепенно переросли в динамические.

Содержание финансовой отчетности и ее формирование в большинстве обусловлено созданием акционерных обществ, которые были обязаны публиковать свою отчетность. С появлением акционерных обществ возникло различие между собственниками и управляющими, что обусловило необходимость составления баланса как средства систематической оценки имущества и выявления финансовых результатов. Участники обществ хотели видеть, какой доход приносят вложенные ими деньги.

В середине XX в. возникла проблема унификации финансовой отчетности, которая стала толчком к формированию системы МСФО, как системы стандартов, основывающейся на единых концепциях. Несмотря на унификацию принципов составления финансовой отчетности согласно МСФО, проблема теоретического определения данного понятия до сих пор является дискуссионной.

Следует обратить внимание на то, что действующие научные подходы к теоретическому осмыслению финансовой отчетности отличаются постепенным старением. Отдельные высказывания остаются неизменными с даты их первоначального утверждения более двадцати лет назад, в связи с чем они постепенно утрачивают свою актуальность, не соответствуют динамическим рыночным условиям предпринимательской деятельности и современным информационным запросам пользователей к качеству отчетной информации на фоне практических реалий, открытия и накопления новых знаний в современной теории бухгалтерского учета. На сегодняшний день существует достаточно большое количество интерпретаций различных авторов определения бухгалтерской (финансовой) отчетности (см. табл. 2).

Таблица 2

Трактовка понятия «бухгалтерская (финансовая) отчетность»

Автор	Определение
1	2
МСФО [2]	Финансовая отчетность общего назначения (именуемая «финансовая отчетность») - финансовая отчетность, предназначенная для удовлетворения потребностей тех пользователей, которые не имеют возможности требовать от организации подготовки отчетов, отвечающих их частным информационным потребностям.
П(с)БУ [3]	Финансовая отчетность - бухгалтерская отчетность, содержащая информацию о финансовом состоянии, результатах деятельности и движении денежных средств предприятия за отчетный период.
ПБУ [4]	Бухгалтерская отчетность - единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам
Закон ДНР «О бухгалтерском учете» [5, с.3]	Бухгалтерская (финансовая) отчетность - информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями, установленными настоящим Законом.
Палий В.Ф. [6, с.88-90]	Бухгалтерская (финансовая) отчетность - единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского (финансового) учёта по установленным формам за отчетный период (месяц, квартал, год).
Шеремет А.Д., Старовойтова Е.В. [7, с.370]	Бухгалтерская отчетность является методом бухгалтерского учета, применяемым на последнем этапе учетного процесса, - этапе передаче заинтересованным пользователям информации об имущественном и финансовом положении организации, и финансовых результатах ее деятельности за определенный отчетный период.
Соколов Я.В. [8, с.369]	Бухгалтерская отчетность - это система учетных показателей, отражающих хозяйственную деятельность фирмы за определенный период.
Бутинец Ф.Ф. [9, с.423]	Финансовая отчетность - бухгалтерская отчетность, которая содержит информацию о финансовом состоянии, результаты деятельности и движении денежных средств предприятия за отчетный период.
Дьяконова О.С., Моргун Н.А. [10,с.121]	Бухгалтерская отчетность - это информационная система о результатах деятельности организации за отчетный период.
Хорольская Т.Е. [11, с.320]	Бухгалтерская финансовая отчетность - это единая система данных об имущественном и финансово-хозяйственном положении организации и результатах её деятельности.

Мурашко М.Ю. [12, с.33]	Финансовая отчетность - это определенным образом сгруппированная информация, предоставляемая различным пользователям для обеспечения функций управления.
Исраилова З.Р. [13]	Финансовая отчетность - система показателей, которые характеризуют имущественное и финансовое положение предприятия на определенную дату и финансовые результаты его деятельности за определенный период, методологически и организационно является неотъемлемым элементом всей системы бухгалтерского учета.
Энтони Р. и Рис Дж. [14,с.21]	Финансовая отчетность предоставляет информацию о прошлом для оказания помощи пользователям в прогнозировании и принятии решений относительно будущего финансового состояния и движения средств хозяйственного предприятия.
Нидлз Б., Андерсен Х., Кондуэлл Д. [15, с.2]	Отчетные данные - это модели хозяйствующей единицы. И хотя отчетность не представляет полной картины истинного положения дел, она является наилучшей из всех возможных попыток бухгалтера добиться этого.
Холт Р.Н. [16, с.2]	Финансовая отчетность, должна содержать информацию, необходимую настоящим и будущим инвесторам, кредиторам и другим пользователям инвестиций, кредитов и других подобных решений.

Анализ мнений отечественных и зарубежных авторов в области бухгалтерского учёта позволяет сформулировать наиболее актуальное и всеобъемлющее определение финансовой отчетности. Финансовая отчетность предприятия представляет собой систему обобщенных показателей, характеризующих итоги хозяйственно-финансовой деятельности предприятия за истекший период (месяц, квартал, год), складывающаяся путем подсчета, группировки и специальной обработки данных текущего бухгалтерского учета и является завершающей его стадией.

Государственное регламентирование отчетности предусмотрено для всех отраслей экономики и предприятий. Оно устанавливает единые показатели и единые формы отчетности, принципы ее составления и сроки представления. Относительно финансовой отчетности, основным нормативно-правовым документом является П(С)БУ 1 «Общие требования к финансовой отчетности», которым определяются цель, состав и принципы подготовки финансовой отчетности и требования к признанию и раскрытию ее элементов [3].

Согласно П(с)БУ 1, целью составления финансовой отчетности является предоставление пользователям для принятия решений полной, правдивой и непредвзятой информации о финансовом состоянии, результатах деятельности и движении денежных средств предприятия [3].

В мировой и национальной практике построение финансовой отчетности основывается на принципах, которые сформированы международными стандартами финансовой отчетности. Принципы составления отчетности состоят из концептуальных основ формирования ее показателей (см. табл. 3).

При соблюдении приведенных принципов, предприятие получает преимущества и возможности, связанные с новым качеством учетной информации. Увеличивается достоверность и пригодность информации для финансового анализа, возможности сотрудничества с кредитными учреждениями и зарубежными партнерами, а также качество управленческой деятельности. Принципы формирования отчетности имеют отражение на качественных характеристиках отчетности предприятий, содействуя её понятности, уместности, достоверности, сопоставимости в развивающихся экономических условиях.

Многие решения финансового характера принимаются на основе информации, генерируемой в системе бухгалтерского учета. Система информационного обеспечения финансового менеджмента необходима для осуществления анализа, планирования и подготовки эффективных оперативных управленческих решений по всем аспектам

финансовой деятельности предприятия. Поэтому, к информации, формируемой в бухгалтерском учете, предъявляются определенные требования.

Таблица 3

Принципы подготовки финансовой отчетности [3]

Принцип	Содержание
Автономность	Предприятие обособленное юридическое лицо, обособленное. Поэтому личное имущество и обязательства собственников не должны отражаться в финансовой отчетности.
Непрерывность	Оценка активов и обязательств предприятия производится, исходя из предположения, что его деятельность будет продолжаться.
Периодичность	Деятельность предприятия распределяется на определенные периоды времени с целью составления финансовой отчетности.
Историческая (фактическая) себестоимость	Определяется приоритет оценки активов, исходя из затрат на их производство и приобретение.
Начисление и соответствие доходов и расходов	Для определения финансового результата отчетного периода сопоставляются доходы отчетного периода с расходами, которые были осуществлены для получения этих доходов. При этом доходы и расходы отражаются в учете и отчетности в момент их возникновения.
Полное освещение	Финансовая отчетность должна содержать всю информацию о фактических и потенциальных последствиях операций и событий, которая может повлиять на решения, принимаемые на ее основе.
Последовательность	Предприятие должно постоянно (из года в год) применять избранную учетную политику. Изменение учетной политики должно быть обосновано и раскрыто в финансовой отчетности.
Осмотрительность	Методы оценки, применяемые в бухгалтерском учете, должны предотвращать занижение оценки обязательств и расходов и завышение оценки активов и доходов предприятия
Превалирование содержания над формой	Операции должны учитываться в соответствии с их сущностью, а не только исходя из юридической формы
Единый денежный измеритель	Измерение и обобщение всех операций предприятия в его финансовой отчетности должно приводиться в единой денежной единице.

В настоящее время различные авторы формируют свой перечень требований. Так, Мерамова Р.З. в качестве основных требований выделяет значимость, полноту, достоверность, своевременность и релевантность [17, с.69]. Хорольская Т.Е., Еремина Н.В. выделяют полезность, проверяемость, независимость, изменяемость. В свою очередь международные стандарты оперируют таким требованиями как уместность, понятность, сопоставимость, надежность и публичность [11, с.438].

Рассмотрим наиболее важные и часто упомянутые требования, которые предъявляются к информации, содержащейся в финансовой отчетности:

1) значимость: устанавливает, в какой степени данные оказывают большое влияние на итоги принимаемых экономических решений, в первую очередь, в ходе формирования экономической стратегии компании;

2) полнота характеризует завершенность круга информативных показателей, требуемых с целью проведения анализа, планирования и принятия своевременных управленческих решений по всем аспектам финансовой деятельности предприятия;

3) достоверность: устанавливает, в какой степени данные проверяемы и правильно отображают настоящее положение и итоги экономической деятельности

компании, правдиво характеризуют внешнюю финансовую среду, нейтральную по отношению ко всем категориям потенциальных пользователей;

4) своевременность характеризует соответствие формируемой информации потребности в ней согласно периода ее использования;

5) понятность обуславливается простотой построения информации, соответствием определенным стандартам представления и доступностью понимания пользователями;

6) релевантность (или избирательность) устанавливает довольно значительный уровень используемости формируемой информации в процессе управления финансовой деятельностью предприятия;

7) сопоставимость определяет возможность сравнительной оценки стоимости отдельных активов и результатов экономической деятельности предприятия во времени, вероятность выполнения сравнительного финансового анализа предприятия с аналогичными хозяйствующими субъектами;

8) эффективность означает, что расходы по привлечению определенных информативных показателей не должны быть выше результата, получаемого по итогам их использования при подготовке и реализации соответствующих управленческих решений.

Таким образом, качественная учетная информация, соответствующая всем требованиям, позволяет осуществлять контроль на разных стадиях производственно-финансовой деятельности, анализировать и на базе этой информации подготавливать, обосновывать и принимать соответствующие управленческие решения на различных уровнях управления финансовыми ресурсами компании.

Вывод. Финансовая отчетность является одним из основополагающих элементов грамотного управления производственно-хозяйственной деятельности любого предприятия, основой его устойчивости. Положив свое начало еще во II тыс. до н.э., отчетность прошла множество этапов своего формирования и развития: от наиболее примитивных форм, до современных, усовершенствованных цифровыми технологиями. На развитие форм бухгалтерской (финансовой) отчетности влияли как социальные и экономические, так и политические факторы. Развитие общества в сфере экономики и финансов, появление законодательства и нормативных актов, а также их реформирование, преобладание одной из форм собственности на экономическом пространстве - все эти обстоятельства имели отражение в формировании и развитии финансовой отчетности предприятия.

В настоящее время финансовая отчетность представляет собой информацию о финансовом положении хозяйствующего субъекта: его активах, обязательствах и капитале, а также о его доходах и расходах, прибылях и убытках - с целью предоставления пользователям достоверной и непредвзятой информации о деятельности предприятия. Для принятия эффективных управленческих решений, а также для рентабельного управления финансами, предприятие должно составлять все формы финансовой отчетности, которые позволяют оценить, проанализировать его финансовое состояние, результаты деятельности и движение денежных средств за отчетный период; на основе этих данных планировать финансовую политику предприятия на будущее.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ясенко Г.Н. Исторические аспекты развития бухгалтерской отчетности хозяйствующих субъектов [Электронный ресурс] / Г.Н.Ясенко, В.Н. Жук // Научный журнал КубГАУ. - 2014. - №97. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-aspekty-razvitiya-buhgalterskoy-otchetnosti-hozyaystvuyuschih-subektov>
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/no_date/2012/IAS_01.pdf

3. Национальное положение (стандарт) бухгалтерского учета 1 «Общие требования к финансовой отчетности» от 07.02.2013 г. №73 (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://kodeksy.com.ua/ka/buh/psbu/1.htm>
4. Положение по бухгалтерскому учёту «Бухгалтерской отчётность организации» (ПБУ 4/99). Приказ МФ РФ от 06.07.99г. №43н. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/465a0344a57fe6ba507b179fffa3b6a86bae290a/
5. Закон Донецкой Народной Республики «О бухгалтерском учете» №223-ПНС от 18.12.2020г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://gisnra-dnr.ru/nra/0002-223-iihc-20201218/>
6. Палий В. Ф. Бухгалтерская и финансовая отчетность [Электронный ресурс] / В. Ф. Палий // Бухгалтерский учет. - 2011. - № 2. - С. 88-90. - Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_21532579_68771035.pdf
7. Шеремет А. Д. Бухгалтерский учет и анализ : учебник / А.Д. Шеремет, Е.В. Старовойтова ; под общ. ред. проф. А.Д. Шеремета. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 472 с.
8. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета / Я.В.Соколов. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 496 с.
9. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для студентов специальности 7.050106 Учет и аудит высших учебных заведений. Под ред. проф. Ф.Ф. Бутинца; 2-е изд., перераб. и доп./ Ф.Ф.Бутинец, Т.В.Давидюк, Н.М. Малыш, Л.В. Чижевская. - Житомир: ЧП "Рута", 2002. - 480 с.
10. Дьяконова О. С. Бухгалтерская отчетность как источник экономической информации [Электронный ресурс] / О. С. Дьяконова, Н. А. Моргун // Вестник университета. - 2016. - № 11. - С. 121-125. - Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_27468190_69375283.pdf
11. Хорольская Т.Е. Бухгалтерская финансовая отчётность как основной источник информации о финансовом положении организации [Электронный ресурс] / Т.Е. Хорольская, Е.И. Назарова, А.Х. Брантова // ЕГИ. - 2021. - №3 (35). - С.320-326. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/buhgalterskaya-finansovaya-otchyotnost-kak-osnovnoy-istochnik-informatsii-o-finansovom-polozhenii-organizatsii>
12. Мурашко М. Ю. К вопросу об бухгалтерской отчетности как информационная база анализа эффективности деятельности организации [Электронный ресурс] / М. Ю. Мурашко // Аллея науки. - 2017. - Т. 2. - № 10. - С. 31-44. - Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29736581>
13. Исраилова З.Р. Применение интегрированной отчетности / З.Р. Исраилова, М.А. Баташева // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 11 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://web.snauka.ru/issues/2016/11/74673>
14. Энтони Роберт Н. Учет: ситуации и примеры : [Пер. с англ.] / Р. Энтони, Дж. Рис; [Предисл. А. М. Петрачкова]. - [2-е изд., стер.]. - М. : Финансы и статистика, 1996. - 557 с.
15. Крюкова Т.Ю. Теоретические основы формирования бухгалтерского учета и отчетности в зарубежной практике [Электронный ресурс] / Т.Ю.Крюкова // Проблемы экономики и юридической практики. - 2011. - №3. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-formirovaniya-buhgalterskogo-ucheta-i-otchetnosti-v-zarubezhnoy-praktike>
16. Видяпин В.И. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / В.И. Видяпин. - М.: Инфра-М, 2009. - 615 с.
17. Мерамова Р. З. Требования к бухгалтерской информации в финансовом менеджменте [Электронный ресурс] / Р. З. Мерамова // Научные революции как ключевой фактор развития науки и техники: сборник статей Международной научно-практической конференции, Тюмень, 12 октября 2021 года. - Уфа: Общество с ограниченной ответственностью "ОМЕГА САЙНС", 2021. - С. 69-71. - Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46666365>

THE ECONOMIC ESSENCE AND SIGNIFICANCE OF THE COMPANY'S FINANCIAL STATEMENTS

Annotation. The article discusses the history of the development of financial reporting and modern approaches to its understanding. The characteristics of the principles of formation of enterprise reporting are given, the requirements for financial information are systematized. The role of financial reporting in the process of making managerial decisions has been determined.

Key words: accounting, reporting, financial reporting, enterprise, management decisions.

Litvinenko E.I

Scientific adviser: Nikitenko A.A. Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: litvinenko07012002@gmail.com

УДК 330.131.7:004.9

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ОТВЕТСТВЕННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПРИ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Лунина Е.Э.

Научный руководитель: Бычкова Е.В., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»

Аннотация. В статье рассмотрена концепция совершенствования системы устойчивого развития промышленного предприятия. Особое внимание было уделено важности ответственного инвестирования в промышленность для устойчивого развития региона. Были рассмотрены основные инвестиционные риски по крупномасштабным и инновационным инвестиционным проектам. Также в работе приведены основные методы оценки инвестиционных рисков, в условиях цифровизации экономики их преимущества и недостатки. При проведении оценки рисков инвестирования в промышленные предприятия Донбасса была обоснована целесообразность применения методов реальных опционов и создания инвестиционных фондов.

Ключевые слова: риски, инвестирование, устойчивое развитие, цифровизация, промышленность.

Вступление: Разработка новых экономических бизнес-моделей, основанных на цифровых технологиях, создающих устойчивые ценности наблюдается в мировом масштабе во всех секторах экономики. Наряду с этим на территории Донецкой Народной Республики общий уровень цифровизации экономики является очень низким. Данная проблема накладывается на достаточно сложную геополитическую и экономическую ситуацию, появление и усложнение новых технологий, изменения потребительского спроса, что обуславливает возникновение рисков, влияющих на устойчивое развитие промышленных организаций, их стратегическую устойчивость.

Донецкая Народная Республика характеризуется большим количеством промышленных предприятий. По данным Главстата ДНР можно представить структуру реализации промышленной продукции по городам и районам Донецкой Народной Республики (рис. 1)

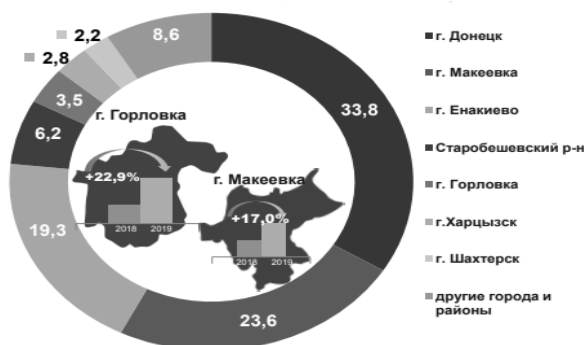


Рисунок 1 – Структура реализации промышленной продукции по городам и районам Донецкой Народной Республики, % [1]

Основной продукт традиционно продукция горнодобывающей отрасли. Лидерами по добыче угля являются «Горезантрацит», «Макеевуголь» и «Шахта Комсомолец Донбасса». Суммарная доля добычи указанных госпредприятий составляет порядка 60% (рис. 2).

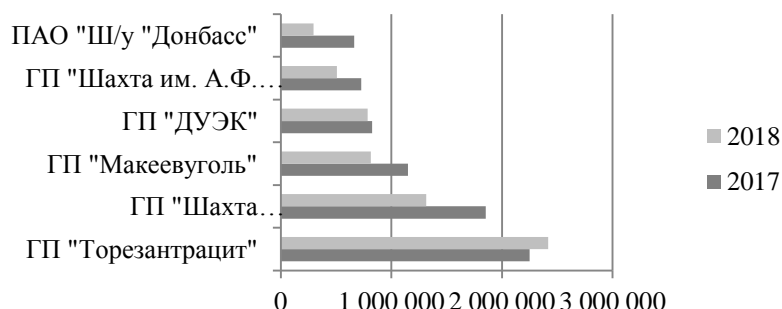


Рисунок 2 – Объем добычи угля 2017-2018гг., предприятиями, входящими в сферу управления Минугля [1]

Несмотря на негативную динамику в объеме добычи угля, угледобывающая отрасль занимает существенный удельный вес в ВВП Донецкой Народной Республики, которая требует существенных и непрерывных вложений.

Согласно Федерального закона 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» [2], инвестиции - денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. Данный вопрос является актуальной тематикой научных исследований. Часть авторов выделяют, что для надлежащего понимания термина «инвестиции» его следует рассматривать в комплексе – через призму экономических, социальных и правовых точек зрения. Концепция устойчивого развития — это вопрос не столько сохранения ресурсов для будущих поколений, сколько развития экономической и социальной сферы, поддержания их функционирования, обеспечение определенного уровня жизни и ее качества (рис. 3).



Рисунок 3 – Модель устойчивого развития [3]

Предприятия Донбасса готовы работать в рамках данной модели, при этом основные причины, сдерживающие инвестиционную деятельность хозяйствующих субъектов отсутствие собственных финансовых ресурсов, неопределенность экономической ситуации и инфляционной политики, высокий процент коммерческого кредита, экономическая ситуация на мировых рынках, а также отсутствие доступа к современным информационным технологиям.

Целью данного исследования является: совершенствование системы управления инвестиционными рисками промышленного предприятия в рамках концепции устойчивого развития экономики в динамично меняющейся цифровой среде.

Основная часть: Особое значение и место в становлении системы знаний об устойчивом развитии занимают процессы моделирования – исследования с помощью гипотетических образцов, описаний, схем, дающих представление о структуре изучаемого объекта, связях между его элементами, функциях. При построении данных моделей эффективно использовать цифровые технологии. Принято различать когнитивные, концептуальные и формальные модели. Инвестиции в промышленность обычно связаны с большими рисками и неопределенностью. Этапы управления инвестиционными рисками можно представить в виде следующей схемы (рис. 4).



Рисунок 4 – Этапы управления инвестиционными рисками [4]

Можно выделить следующие риски инвестирования: финансовые риски, маркетинговые риски, технико-производственные риски, организационные риски, инфляционные риски, селективные риски, кредитные риски, риски превышения затрат. К этим базовым рискам добавляют еще несколько вариантов, встречающихся в той или иной последовательности [5]: деловой риск, риск ликвидности, юридический риск, риск, связанный с регулирующими органами. Кроме базовых рисков при реализации инвестиционных проектов в горнодобывающие предприятия, следует учитывать специфические риски [6]: горнотехнический риск, геологический риск, технологический риск, экологические риски.

Комплексная оценка рисков инвестирования наилучшим образом вписывается в модель устойчивого развития промышленных предприятий Донбасса. Для оценки влияния изменчивости исходных данных на результирующий показатель эффективно использовать один из пяти методов: корректировка нормы дисконта, анализ чувствительности, имитационное моделирование Монте-Карло, анализ сценариев, анализ дерева решений, с использованием цифровых технологий.

При оценке рисков на этапе их выявления вероятность возникновения того или иного риска определяется степенью их значимости для инвесторов методом экспертных оценок, ранжированием. Ризику каждого проекта на основе оценки присваивается определенная вероятность его наступления. Далее, количественно возможный ущерб в стоимостном выражении устанавливается по каждому риску.

Интегральный показатель стоимости оценки риска определяется путем суммирования произведений суммы возможных потери P по вероятности реализации по каждому риску V_r :

$$O_p = \sum P * V_r \quad (1)$$

Таким образом, как общие, так и специфические риски, влияющие на разные этапы инвестиционного проекта, можно принять во внимание.

Основным итоговым показателем является VaR (Value at Risk) – сумма максимальных потерь в связи с инвестициями на определенный срок, на основе расчетов с определенным доверительным интервалом.

Стоит отметить существующую технологию PERT-COST предполагающую возможность снижения времени, необходимого для выполнения комплекса работ за счет увеличения затрат. Кроме того, PERT-COST технология — это метод, который позволяет менеджеру минимизировать общую стоимость проекта, если он завершен в

установленные сроки, а также свести к минимуму продолжительность проекта в условиях ограниченного бюджета.

Для оценки эффективности инвестиционного проекта целесообразно рассчитать следующие показатели:

- Индекс рентабельности инвестиций (ROI):

$$ROI = \frac{I-C}{C} * 100\% \quad (2)$$

где I – выручка, а C – расходы.

- Окупаемость инвестиций (PP):

$$PP = \frac{1C}{P+P_1} \quad (3)$$

где P — средние денежные поступления, 1C — первоначальные инвестиции,

P₁ — период от начало реализации проекта до выхода на проектную мощность.

- Чистый денежный поток (NPV):

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - 1C \quad (4)$$

где CF — дисконтированный денежный поток,

t — год расчета,

r — ставка дисконтирования,

n – период действия скидки.

- Индекс рентабельности (PI):

$$PI = \frac{NPV}{1C} \quad (5)$$

- Показатель дисконтированного срока окупаемости инвестиций (DPP):

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} > 1C \quad (6)$$

- Внутреннюю норму доходности (IRR):

$$NPV = -1C + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} = 0 \quad (7)$$

В мировой практике среди динамических методов оценки эффективности выше инвестиционных проектов, в ряде случаев стали применять

- Модифицированную внутреннюю ставку возврата (MIRR):

$$MIRR = \sqrt[N]{\frac{\sum_i^N CF_i^+ + (1+WACC)^{N-i}}{\sum_i^N \frac{CF_i}{(1+r)^i}}} \quad (8)$$

где CF_i⁺ - доход i-го периода,

CF_i⁻ - затраты (инвестиции) i-го период,

WACC - средневзвешенная стоимость капитала,

r - ставка дисконтирования,

N - продолжительность проекта.

Целесообразность использования обозначенной методики при оценке эффективности вложений в инновационное развитие отраслей промышленности оправдано. Каждый индикатор используется исходя из целей оценки инвестиционных проектов [7]. Рассматривая существующие методы оценки инвестиционного риска, можно выделить следующее: при использовании метода корректировки нормы дисконта расчет размера надбавки за риск довольно субъективен, при анализе чувствительности не учитывается взаимозависимость параметров и вероятностный характер их изменения.

Имитационное моделирование Монте-Карло не учитывает зависимость параметров и неодинаковую плотность вероятности случайных имитаций. У анализа сценариев сложный расчет, а также отсутствует статистика по исходным параметрам. При использовании анализа дерева решений иногда трудно создать структуру решения. Учитывая рассмотренные выше методы оценки рисков, а также их недостатки. При проведении оценки рисков инвестирования в промышленные предприятия Донбасса

применим метод реальных опционов. Неопределенность остается, а менеджмент с течением времени подстраивается (принимает оптимальные решения) к изменяющейся ситуации. Понятие реального опциона определяется как право его владельца, но не обязательство совершить конкретное действие в будущем. Финансовые опционы предусматривают право покупки (продажи) определенного базового актива и страхование финансовых рисков. Реальные опционы дают право изменить процесс реализации проекта и осуществить страхование от стратегических рисков.

В практике зарубежного бизнеса наибольшую известность получили следующие виды реальных опционов: опцион на отсрочку инвестиции, расширение или сокращение проекта, переключение на другой план, опцион на отказ от реализации проекта, последовательные или составные опционы. Применяя реальные опционы, нам не потребуются осуществлять дополнительных капитальных вложений в проект, однако грамотное распределение денежных потоков и возможность ускорять или замедлять по необходимости темпы развития эксплуатации проекта позволят минимизировать ущерб, который может быть нанесен предприятию, тем самым делая рискованный проект экономически выгодным для реализации [8].

Поскольку качественные и количественные изменения в составе основных производственных средств должны осуществляться в направлении роста активной части средств труда – машин и механизмов, то в этих целях в части организации должны воплощаться мероприятия, обеспечивающие технические, организационные и экономические преобразования. Необходимо обратить внимание на замену изношенной техники, наметить план перехода предприятия на полный способ воспроизводства. Ресурсы, высвобождаемые за счет перехода на полный способ воспроизводства, можно инвестировать в улучшение структуры физического капитала. Достичь этого возможно за счет создания отраслевых инвестиционных фондов, как источника накопления конкретного резервного ресурса. При непрерывном увеличении доходности вложенных инвестиций за счет непрерывно поступающих отчислений возможно максимизировать отдачу ресурса, на единицу вложений [9]. Благодаря предложенным мероприятиям можно снизить инвестиционные риски в промышленные предприятия для достижения устойчивого развития Донецкого региона.

Наиболее эффективно будет использование предложенных методов с помощью цифровых технологий. Цифровизация дает возможность оптимизировать классические задачи, повысив уровень их актуальности, позволяет выйти на новый уровень управления за счет:

- улучшения качества проверки рисков ответственного инвестирования;
- изменения самого процесса обработки информационных массивов при оценке рисков в условиях цифровизации;
- унификации процедур и возможности ввода дополнительных (технологических, прогнозных, статистических и др.) данных при автоматизации процессов обработки информации;
- смещение акцентов обработки и анализа информации в сторону перспективных показателей;
- снижение стоимости контрольных процедур, высвобождение человеческого ресурса, снижение влияния «человеческого фактора» на размер ошибки и результаты проверки рисков инвестирования;
- повышения прозрачности оценки рисков инвестирования на всех этапах его проведения;
- усиления возможности антикоррупционного контроля [10].

Цифровая экономика создает условия и активизирует внутренние резервы экономических систем.

Выводы: Донецкая Народная Республика обладает большим экономическим потенциалом, однако для достижения устойчивого развития промышленных предприятий необходимы эффективные инвестиционные решения по перспективным отраслям промышленности. Крупномасштабным и инновационным инвестиционным проектам сопутствуют множественные риски, которые необходимо учитывать при их реализации. В работе были приведены наиболее распространенные методы оценки инвестиционного риска, их достоинства и недостатки. Рассмотрены существующие методы оценки инвестиционного риска, а также их несовершенство, обозначена необходимость их дальнейшего изучения. Обосновано что применение реальных опционов или инвестиционных фондов, не требует дополнительных инвестиционных вложений, однако грамотное распределение денежных потоков и возможность ускорять или замедлять по необходимости темпы развития проекта позволит минимизировать ущерб, тем самым делая рискованный проект экономически выгодным для реализации.

Что в соответствии с поставленной целью исследования будет способствовать совершенствованию системы управления инвестиционными рисками промышленного предприятия в рамках концепции устойчивого развития экономики в условиях динамично меняющейся цифровой среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Промышленность: итоги 2019 года – Текст : электронный // Промышленность: итоги 2019 года - Минэкономразвития ДНР. – 2019. – URL: https://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=7734:promyshlennost-itogi-2019-goda&catid=8&Itemid=141 (дата обращения: 17.06.2022)
2. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации осуществляемой в форме капитальных вложений» № 39-ФЗ от 25.02.1999 г. – Текст : электронный // Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-ФЗ (последняя редакция) \ КонсультантПлюс. – 1999. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/ (дата обращения: 17.06.2022)
3. О стратегии устойчивого развития экономики России – Текст : электронный // О стратегии устойчивого развития экономики России – тема научной статьи по экономике и бизнесу читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка. – 2013. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-strategii-ustoychivogo-razvitiya-ekonomiki-rossii> (дата обращения: 17.06.2022)
4. Аракчеев, Е.А. Анализ инвестиционных рисков при оценке действующего бизнеса / Е.А. Аракчеев // Финансы и кредит. – 2009. – № 39(375). – С. 30-34.
5. Карпов, А.В. Формирование единой системы классификации рисков в инвестиционной деятельности / А.В. Карпов // Финансы и кредит. – 2008. – № 29(317). – С. 22-27.
6. Risks in investment and construction ac. – Текст : электронный // (PDF) Risks in investment and construction activities. – 2019. – URL: https://www.researchgate.net/publication/339295879_Risks_in_investment_and_construction_activities (дата обращения: 17.06.2022)
7. Efficiency of Investment Project Evaluation in the Development of Innovative Industrial Activities. – Текст : электронный // (PDF) Efficiency of Investment Project Evaluation in the Development of Innovative Industrial Activities. – 2022. – URL: https://www.researchgate.net/publication/360235404_Efficiency_of_Investment_Project_Evaluation_in_the_Development_of_Innovative_Industrial_Activities (дата обращения: 17.06.2022)
8. Крук, М.Н. Оценка и управление специфическими рисками проекта освоения Каменномысской группы месторождений с помощью реальных опционов / М.Н. Крук // Ученые записки Российского государственного гидрометеорологического университета. – 2011. – № 19. – С. 164-168.
9. Бычкова, Е.В. Перспективы развития угледобывающей отрасли в условиях непризнанного государства / Е.В. Бычкова, К.Е. Борецкая // Актуальные проблемы экономики, учета, аудита и анализа в современных условиях: Сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Научное издание, Курск, 28–29 апреля 2021 года. – Курск: Курский государственный университет, 2021. – С. 238-242.
10. Бычкова, Е.В. Цифровизация государственного аудита / Е.В. Бычкова // Материалы 7-й Международной научно-практической конференции. Том 5. Донецк, 2021. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2021. – С. 29-33

УДК 502.131.1

ПОДДЕРЖКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В КАЧЕСТВЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРИОРИТЕТА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Лут М.С.

*Научный руководитель: Чижикова О.А., канд. геогр. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе рассмотрены различные инструменты устойчивого развития и экологического финансирования, служащие надежным инструментарием, поддерживающим экологическое равновесие. Также определено понятие «зеленого» камуфляжа и изучены принципы действий компаний, вставших на путь маркетингового обмана. Рассмотрены принципы экологического маркетинга как новой бизнес-модели современных предприятий. Сделаны соответствующие выводы и описаны дальнейшие перспективы развития современного общества.

Ключевые слова: экологическое финансирование, экологическое инвестирование, экологические облигации, экологическое кредитование, экологические фонды.

Постановка проблемы. Каждый человек как живой организм и субъект исторической деятельности, общественное существо, обладающее разумом и сознанием, живая система, состоящая из множества совокупных свойств и элементов, является неотъемлемой частью природы и всецело от нее зависит, образуя при этом нерушимую взаимосвязь. Уже сегодня человечество не может представить свое существование без преподнесенных ею даров, таких как полезные ископаемые и минералы. Ученые десятилетиями открывали, казалось бы, непостижимые законы физики, химии, биологии и экологии, а также исследовали всевозможные процессы и явления, протекаемые на нашей планете. Однако, чрезмерное и нерациональное использование природных богатств оказывает губительное воздействие на общее состояние Земли, тем самым подвергая опасности настоящее и будущее поколение. Текущая экологическая ситуация отличается характерными катаклизмами и глобальными катастрофами, включая землетрясения, извержения вулканов, цунами, а также нарушением озонового слоя, загрязнением почв, атмосферы и гидросферы. Все это следствие ряда промышленных революций, которое дает о себе знать в виде тяжелых, порой неизлечимых заболеваний и уменьшения численности населения. XXI век – век информационных технологий, инноваций, цифровизации практически всех сфер человеческой жизнедеятельности, а также расширения возможностей среди прикладных и фундаментальных наук. Для сохранения окружающей среды и разнообразия экосистем современные исследователи выдвинули предложение использовать альтернативные источники энергии, к примеру, солнечную, ветровую, приливную, биомассовую, градиент-температурную и геотермальную энергетики, а также регламентировали свод элементарных правил, позволяющих обеспечить целостность биосферы. А во второй половине XX века мировое сообщество осуществило поиск новой модели миропорядка и авторитетные специалисты в области эколого-экономической системы разработали концепцию устойчивого развития, предписывающей новые условия единства живой и неживой природы. Стремительное покорение земной материи с одной стороны послужило фактором развития различных технологических ниш и производственной индустрии, а с другой – масштабным уроном для общества и его благополучия, что указывает на необходимость к переходу на срединный путь, где потребности каждого индивидуума будут удовлетворяться без нанесения вреда флоре и фауне. А достичь в этом успеха можно лишь, соблюдая все положения устойчивого развития и применяя весь необходимый инструментарий на международном уровне.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди современных исследователей, активно занимающихся вопросами экологии и экономики можно выделить Димову Е.В., которая в своем учебном пособии раскрыла глобальные проблемы окружающей среды, а также мероприятия, направленные на сокращение антропогенной нагрузки [1], Дерябина В.А., представившего экологические положения в химической промышленности [2]. Панин В.Ф., Сечин А.И., а также Федосова В.Д. отразили в своей работе закономерности функционирования экологических систем и способы преодоления экологического кризиса [3], а основные стратегии устойчивого развития в своем учебнике изложили Данилов-Данильян В.И. и Пискулова Н.А. [4]. Эколого-экономические аспекты устойчивого развития региона и российский опыт в данной сфере рассматривал в своей монографии Кузнецов А.П. [5]. Зеленую экономику и зеленые финансы как направления устойчивого развития освоил Порфирьев Б.Н. [6].

Цели исследования. Целью исследования является: на *теоретическом уровне* определить сущность устойчивого развития, «зеленой экономики» и экологического финансирования, а также определить их цель, задачи и роль в настоящее время; на *методическом уровне* рассмотреть возможности инструментов устойчивого развития и экологического финансирования, а также основные принципы их осуществления в современных условиях.

Изложение основного материала. Развитие экономики, нацеленное на максимизацию прибыли и минимизацию издержек, привело к серьезной деградации природной среды и послужило толчком к пересмотру глобального взгляда на естественные условия. Так и возникло понятие устойчивое развитие, официально утвержденное в 1983 году и представляющее собой модель, концепцию, положение о развитии человеческой цивилизации, заключающееся в удовлетворении текущих социально-экономических потребностей без ущерба для последующих поколений путем соблюдения баланса между решением общественных проблем и сохранением природы. Государства, ставшие на путь подобного развития, могут с уверенностью рассчитывать на оптимально-экономическое и безопасно-экологическое состояние. Использование безопасных технологий, создание «чистой» продукции, переработка отходов, поддержание жизнеспособности экосистем, а также ориентация на человека и его культурные ценности – далеко не полный перечень мероприятий, оказывающих бережное отношение к будущим цивилизациям. Существует множество вариантов стратегий устойчивого развития, к примеру, в различных источниках можно найти как девять, семнадцать, так и двадцать семь его принципов, тем не менее, ключевыми из них являются улучшение качества жизни людей, сохранение видового разнообразия на Земле, уменьшение истощения невозобновляемых природных ресурсов, сохранение национальных политик, а также воспитание экологического сознания среди молодежи. Существенный вклад в формирование новой модели общественной мысли могут внести социальные медиа и всеобщая открытость, поскольку быстро распространяющийся контент способен за считанные секунды доложить о текущей экологической обстановке.

Как один из витков современного устойчивого развития еще с прошлого столетия среди развитых стран функционирует новая экономическая система и модель экономического роста, базирующаяся на непрерывном поиске разумного компромисса между непрестанно растущими человеческими потребностями и сохранением природных богатств под названием «зеленая экономика». Отличие устойчивого развития от зеленой экономики заключается в том, что первая модель формирует цель образования единства экономического роста, социальной ответственности и экологического баланса, а вторая – интегрирует их воедино. Более того, если устойчивое развитие – это целая система по восстановлению природного комплекса и обогащению человеческого капитала, то зеленая экономика носит узконаправленный характер,

больше ориентированный на построение экологически чистых заводов, поддержку «зеленых» отраслей, сокращение ресурсозатратных методов производства и сокращение инвестиционных потоков в «грязные» отрасли промышленности. «Озеленение» экономики также позволит выйти на траекторию низкоуглеродного производства в целях повышения энергоэффективности и качества поглотителей парникового газа.

Для реализации вышеуказанных целей стратегического развития высшие органы власти и органы местного самоуправления оказывают существенную поддержку инвестирования проектов, направленных на сохранение природных ресурсов, сокращение загрязнения окружающей среды, смягчение последствий климатических условий, а также контроль над их реализацией. Осуществление подобных операций называется экологическим финансированием, обусловленное деятельностью банковских и иных бюджетных структур. Сегодня очень актуальны «чистые» методы ведения бизнеса и вероятность получения от них большего дохода, нежели от традиционных активов невероятно высока, тем не менее, отсутствие высоких рисков не представляется возможным. Вкладчикам в природоохранные проекты необходимо проводить непрерывный экологический мониторинг, чтобы разумно приводить в действие свои новаторские технологии, не нанося еще большего вреда нашей Земле. В ходе эволюции бизнес-процессов был выработан широкий спектр функционала, позволяющий перейти современным коммерсантам на «зеленые» рельсы развития производства. К ним следует приобщить экологические акции компаний, которые серьезно относятся к экологической обстановке. Немаловажную роль играет углеродная единица и углеродный кредит на льготных условиях, задача которого заключается в сокращении выбросов парниковых газов. Так предприятия подкрепляют свою позицию в денежном эквиваленте и специфической валюте. К ценовым бумагам, представляющим займы, позволяющим финансировать проекты по защите окружающей среды, как банкам, так и крупным компаниям, относятся экологические облигации. Все чаще можно услышать такое понятие, как экологические фонды, индексные фонды или увидеть его сокращенное название ETF. Они представляют собой паевой инвестиционный фонд, действующий на территории лишь «осознанных» организаций, где встречаются разнообразные экологические программы, качественное энергосбережение и справедливая торговля. Помимо льготного кредитования широко используется «зеленая» ипотека, выдаваемая банками на строительство или приобретения уже созданного объекта недвижимости, соответствующего критериям «зеленого» здания, устраняющего негативное воздействие на климат и состояние среды посредством инновационных принципов дизайна, конструкции, безубыточного месторасположения. К налоговым мерам регулирования рынка экологических инвестиций отлично подходят субсидии в экологические проекты, выдающиеся на купонные выплаты по экологическим облигациям. В мировой практике сформировались критерии подобных экологических проектов, определяющиеся соответствующей таксономией научно-исследовательскими институтами. Так перечень требований к природоохранным программам содержит в себе ряд условий, среди которых – снижение образования отходов путем применения высокотехнологичного оборудования, выбросы диоксида углерода в атмосферу менее чем 30 г на 1 кВт/ч по газовой генерации, менее 0,283 т на 1 т продукции – при производстве стали, менее 1,5 т на 1 т – при производстве алюминия. А также предписано действие атомной энергетики мощностью не более 25 МВт.

Необходимо отметить, что среди истинных приверженцев экологической безопасности, существует группа коммерсантов, цель деятельности которых, направлена на максимизацию прибыли, а не на заботу о будущих поколениях. Подобное явление носит название «зеленый» камуфляж или гринвошинг и большинство интернет-пользователей и любителей медиаканалов, даже не подозревая, являются поклонниками

компаний с двойными стандартами. Иными словами, это недобросовестная маркетинговая стратегия, формирующая бренд, которому менеджеры вовсе не придерживаются. Они заявляют о себе как о защитниках природы, поднимая уровень доверия пользователей, а между тем имеют за плечами множество негативных последствий или просто не несут в себе никакой пользы для общества и не тратят на поддержку устойчивого развития ни копейки. Примеров гринвошинга целое множество, так некоторые магазины принимают обратно пластиковые бутылки, но не утилизируют их безопасным экологическим способом, необходимость многократного использования полотенец в гостиничных номерах вовсе не сулит заботу о природе, а только лишь экономит на услугах прачечных. А излюбленная форма обмана многих престижных брендов одежды, протестующих против использования натурального меха и кожи, заключается в том, что насилие над животными все же осуществляется, но под другим названием, маркировкой и фирменным знаком. Сегодня зеленый камуфляж можно встретить в виде ложных заявлений, фальшивых экологических упаковок, скрытого состава и многих других уловок. Чтобы не попасться на удочку «зеленых» мошенников, в первую очередь, необходимо тщательно изучать свойства товара, его качество, проверять надежность состава, учитывать общую политику компании и не приобретать товары из биоразлагаемого пластика, поскольку в нем содержится намного больше вредных веществ, нежели в классическом.

Тем не менее, наряду с недобросовестными компаниями, существует совершенно иная бизнес-модель, отличная от вышеупомянутой. Она носит название – экологический маркетинг. Данная отрасль подразумевает под собой ряд инструментов, которые активно применяют промышленники для удовлетворения человеческих потребностей, стараясь минимизировать урон окружающей среде. Следует отметить, что никакой лжи в их стратегии нет, они в действительности осуществляют поиски компенсаций от своей деятельности. Такие компании вызывают доверие у покупателей, что позволяет заявить о себе как можно большей категории людей и поднять прибыль, которая в дальнейшем станет источником дохода для экологических восстановительных процедур на всех стадиях жизненного цикла. Эко-маркетинг направлен, прежде всего, на обеспечение населения всеми необходимыми органическими продуктами, а также повышение спроса на них, формируя при это новые экологические потребности. Для реализации подобного бизнеса, компаниям необходимо придерживаться таких критериев, как развитие инновационных технологий, позволяющих снизить уровень выбросов или преобразовать их в новую продукцию путем качественной переработки, поддержка высоких стандартов, поскольку они предусматривают ряд ограничений при производстве той или иной продукции, тем самым защищая окружающую среду от вредоносных веществ, а также повышение лояльности клиентов с помощью новых решений экологических проблем. Данный инструмент не только укрепит позиции компании на рынке, но и поможет государству стать на путь устойчивого развития.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Исходя из вышеперечисленного, следует заключить, что современные экологические условия обусловили необходимость формирования концепции устойчивого развития, направленной на восстановление и дальнейшее сохранение равновесия окружающей среды для будущих поколений и оптимизации производственных процессов путем применения инновационных технологий. Зеленая экономика как ветвь новой модели миропорядка служит связующим звеном между тремя элементами – экономический рост, социальное благополучие и экологический баланс. Для грамотного осуществления всех принципов устойчивого развития соответствующие органы законодательной власти и органы местного самоуправления оказывают финансовую поддержку инвестиционным фондам и банкам, а также устанавливают систему льготного налогообложения и

кредитования. Экологическое финансирование является неотъемлемой частью зеленой экономики и способствует снижению негативного влияния промышленной сферы на природу. К примеру, переход к альтернативной энергетике позволит создать новые условия, благоприятные для здоровья всего населения. Разумеется, выход на новый уровень жизни является достаточно трудным и длительным, поскольку требует не только денежных и материальных затрат, но и весь человеческий потенциал, в связи с этим необходимо еще с раннего возраста проводить экологическое воспитание молодого поколения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Димова Е.В. Экология : учебное пособие / Е.В. Димова. – Южно-Сахалинск: СахГУ, 2009. – 208 с. – ISBN 978-88811-270-0.
2. Дерябин В.А. Экология : учебное пособие / В.В. Дерябин, Е.П. Фарафонтова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 136 с. – ISBN 978-5-7996-1613-7.
3. Панин В.Ф., Сечин А.И., Федосова В.Д. Экология : Общеэкологическая концепция биосферы и экономические рычаги преодоления Глобального экологического кризиса; обзор современных принципов и методов защиты биосферы: Учебник для вузов. Под ред. В.Ф. Панина. – Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014 – 327 с.
4. Устойчивое развитие: Новые вызовы: Учебник для вузов / Под общ. ред. В.И. Данилова-Данильяна, Н.А. Пискуловой. – М.: Издательство «АспектПресс», 2015. – 336 с. – ISBN 978-5-7567-0788-5.
5. Устойчивое развитие региона: эколого-экономические аспекты [Текст]: монография / А.П. Кузнецов, Р.Ю. Селименков ; под науч. рук. д.э.н., проф. Т.В. Усковой. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2015. – 136. – ISBN 978-5-93299-306-4.
6. Зеленая экономика и зеленые финансы: учебное пособие [Порфирьев Б.Н. и др.] / Под. ред. акад. Б.Н. Порфирьева. – СПб.: Изд-во «МБИ», 2018. – 327 с. – ISBN 978-5-4228-0094-0.

SUPPORTING ENVIRONMENTAL FINANCE AS A STRATEGIC PRIORITY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Annotation. The paper considers various instruments of sustainable development and environmental financing, which serve as reliable tools that maintain ecological balance. The concept of "green" camouflage is also defined and the principles of actions of companies that have embarked on the path of marketing deception are studied. The principles of environmental marketing as a new business model of modern enterprises are considered. Relevant conclusions are drawn and further prospects for the development of modern society are described.

Keywords: environmental financing, environmental investment, environmental bonds, environmental lending, environmental funds.

Lut M.S.

Scientific supervisor: Chizhikova O.A., Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor
Donetsk National University
E-mail: mashaserg16@mail.ru

УДК 330.131.7

МЕТОДИКИ УЧЕТА СТРАНОВЫХ РИСКОВ: МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА

*Мазно К.Э.**Научный руководитель: Забавина Е.Ю., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация: в статье рассмотрены составляющие странового риска, систематизированы методы, принципы и методики учета страновых рисков. Определено, что своевременная и научно обоснованная оценка странового риска является условием эффективной внешнеторговой деятельности, способствует принятию взвешенных решений при выходе на внешние рынки и проведении международных операций.

Ключевые слова: страновой риск, международный бизнес, методы, принципы, рейтинг

Актуальность проблемы. Процессы глобализации, развития международной торговли, расширения и углубления международных связей в сфере производства, финансов, инвестиций, снабжения и сбыта обуславливают необходимость исследования и оценки надёжности как самого контрагента, так и особенностей макроэкономического регулирования в стране контрагента. Стабильность национальной валюты, низкая инфляция, правовая определенность и защита собственности являются следствием государственной политики и определяют привлекательность страны с точки зрения международного бизнеса. Вместе с тем под воздействием ряда факторов политического, экономического, социального или иного характера могут сложиться рисковые ситуации – страновой (суверенный) риск. Своевременная оценка странового риска позволяет субъекту внешнеэкономической деятельности корректно сформулировать условия сделки, обеспечить гарантии их исполнения, застраховаться в целях своевременного получения товаров надлежащего объема и качества в соответствии с ценой контракта, получить товары в собственность и оплатить их. Очевидно, что оценка страновых рисков является необходимым условием эффективной внешнеторговой деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности и факторы страновых рисков освещены в научных трудах таких авторов, как В.В. Гамукин, М.В. Грачева, Т.М. Ковалева, А.Л. Кудрин, В.Ю. Сутягин, О.М. Шепелев, С.О. Франк, Н.И. Яшина и др. Вместе с тем, в исследованиях не обоснованы на достаточном научном уровне методы оценки и минимизации страновых рисков в современных условиях.

Цель статьи – исследовать принципы и методики учета страновых рисков.

Результаты исследования. Страновой риск – это ущерб, наносимый иностранным инвесторам и фирмам в результате неблагоприятных изменений в принимающей стране. Основные составляющие странового риска представлены в табл. 1.

Таблица 1

Составляющие странового риска

Составляющие	Проявления
Экономическая	Стагнация, инфляция, повышение цен на ресурсы, дефолт и т.д.
Политическая	Национализация, экспроприация, смена политического курса, военный конфликт или переворот и т.д.
Социальная	Безработица, низкий уровень жизни населения, высокая миграция, преступность, групповые или индивидуальные угнетения и т.д.
Финансовая	Риск ликвидности, риск потери активов, фондовый риск, процентный риск.
Валютная	Изменения валютного регулирования, невозможность конвертации или трансферта денежных сумм.

В целом, выделяют 4 группы методов, позволяющих оценить страновой риск:

1. Качественные методы оценки. Основой данных методов является экспертное мнение, поэтому при их использовании необходимо привлекать квалифицированную группу специалистов. Методы позволяют оценить каждый фактор странового риска в отдельности, и их влияние. Из-за субъективности экспертов невозможно получить в полной мере достоверную информацию, однако возможно определить степень влияния факторов риска и выделить способы контроля, пути снижения риска и т.д. Качественные методы наиболее эффективны при определении таких факторов странового риска как: риск национализации, риск экспроприации, вывоз капитала, обеспеченность валютой и т.д.

2. Количественные методы оценки. В основе данных методов заложена статистика данных. При оценке факторов риска отбираются наиболее значимые показатели в развитии страны. В качестве оценки используются только объективные числовые значения.

Эффективность количественных методов снижается из-за затруднения их обычной экстраполяции на основе прошлых данных; недостаточно достоверного прогнозирования изменений величины странового риска; отсутствия учета качественных факторов, которые могут оказывать существенное влияние на уровень странового риска; игнорирования факторных весов в итоговом рейтинге.

3. Комбинированные методы оценки странового риска. В этой модели происходит сочетания количественных и качественных методов: анализ абсолютных и относительных показателей, затем экспертная оценка.

4. Структурно-качественные (факторные) методы статистической оценки странового риска. Метод основан на экспертном исследовании двух характеристик риска: вероятности возникновения и величины убытков, т.е. риски взвешиваются по вероятности того или иного сценария развития событий.

Принципы и методики учета суверенных рисков разрабатываются и применяются рейтинговыми агентствами, международными организациями и банковскими структурами. Различные агентства и организации, которые проводят анализ и оценку уровня странового риска и присваивают рейтинг, являются внешними. Наряду с ними многие центральные банки и ассоциации также оценивают уровень странового риска отдельных стран, а полученные результаты используются только на внутреннем уровне.

Страновой риск в странах Западной Европы анализируется методикой балльной оценки. Она состоит в численном сравнении ключевых данных различных государств. Немецкий индекс BERI основывается на 15 критериях и используется для оценки риска 45 стран мира [1]. В Центральной Европе также используется данная методика, однако в упрощенной форме.

Economist Intelligence Unit (EIU) является исследовательским подразделением The Economist. В Отчете службы страновых рисков EIU производится оценка для 100 стран по четырём показателям: политический риск, риск экономической политики, экономико-структурный риск и риск ликвидности [2].

Euromoney Country Risk – это онлайн-сообщество экономических и политических экспертов, которое предоставляет оценки в категориях, связанных с экономическими, структурными и политическими рисками. Оценка происходит по 9 категориям: экономические данные, политический риск, долговые показатели, невыплаченные вовремя долги, кредитный рейтинг, доступ к банковским финансам, доступ к краткосрочным финансам, доступ к рынкам капитала, форфейтинг [3].

Международная страховая компания Soface, специализирующаяся в области страхования рисков, связанных с торговлей и внешнеэкономической деятельностью, представила оценку странового риска в 2022 г. (рис. 1), включающую 162 страны [4].

Рейтинг стран, составленный на основе макроэкономических, финансовых и политических данных, дает оценку среднего кредитного риска для предприятий страны. Это инструмент, дающий представление о потенциальном влиянии страны на финансовые обязательства предприятий. В анализе используется восьмиуровневый рейтинг. В порядке возрастания риска это: А1 (очень низкий), А2 (низкий), А3 (удовлетворительный), А4 (разумный), В (достаточно высокий), С (высокий), D (очень высокий) и Е (экстремальный).

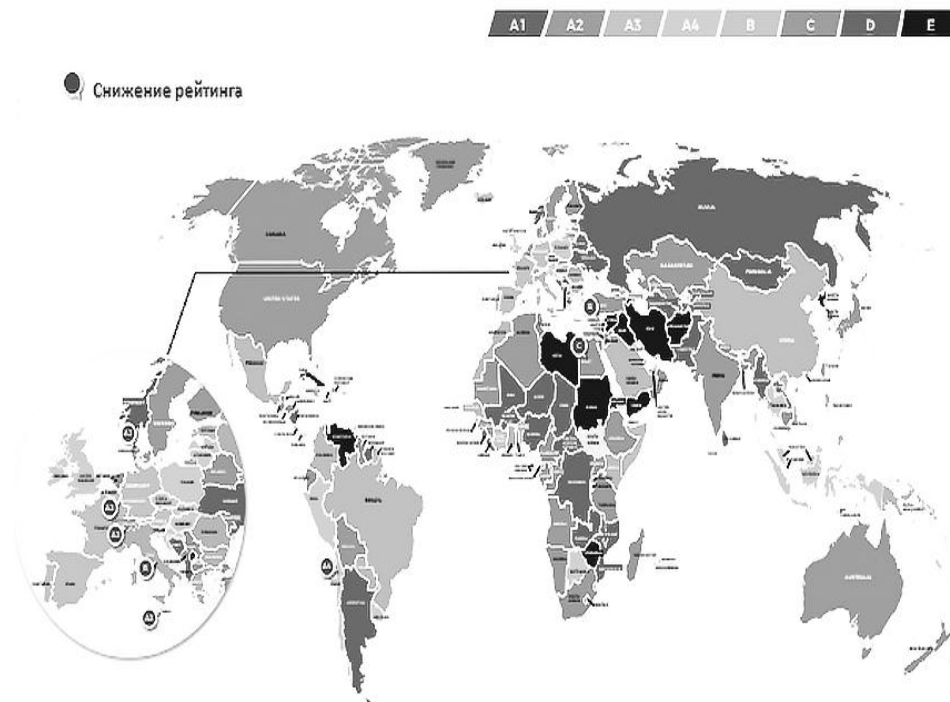


Рис. 1. Оценка странового риска по данным международной компании Coface, 2022 г.

На протяжении более 50 лет международный журнал Institutional Investor проводит независимые исследовательские опросы с участием специалистов по глобальным инвестициям. Оцениваются 135 стран по уровню кредитоспособности, полученные оценки анализируются и выявляется наилучший вариант для инвестирования [5].

Moody's Investor Service (Moody's) - международное рейтинговое агентство, наряду со Standard & Poor's и Fitch Ratings входит в «большую тройку» международных рейтинговых агентств. Moody's занимается присвоением кредитных рейтингов, исследованиями и анализом рисков. При оценке кредитного риска выявляется наиболее благоприятная политическая и экономическая обстановка для кредитования [6].

Standart & Poor's Ratings Group (S&P) входит в группу S&P Global, которая является ведущей международной компанией, предоставляющей кредитные рейтинги, исследования и бизнес-решения для организаций, работающих на глобальных финансовых и сырьевых рынках. Продуктом работы агентства выступает кредитный рейтинг для различных эмитентов: корпораций, финансовых институтов, государств. Рейтинг основывается на способности страны платить по долгам с учетом экономической и политической составляющей [7].

Аналитики агентства Credit Risk International формируют четыре параметра или кластера, содержащих 12 критериев. Используют экспертный опрос ряда специалистов. При этом применяется метод Дельфи, согласно которому группа экспертов должна прийти к единому мнению в отношении оценки по каждому критерию [8].

Специализированная консалтинговая компания по управлению рисками Control Risks Group проводит измерение политического риска. На основании экспертных заключений итоговое значение риска может варьироваться от «незначительного» до «крайне высокого» с построением сценариев развития событий [9].

International Country Risk Guide - коммерческий источник анализа и рейтингов страновых рисков в 141 стране. Рейтинги строятся на базе оценки 13 политических факторов риска, 6 экономических и 5 финансовых. Интегральная рейтинговая оценка риска рассчитывается как средневзвешенная этих групп.

Компания Political Risk Services специализируется на оценке геополитических рисков. Оценка риска проходит в два этапа. На первом этапе используя Prince-метод, прогнозируется будущий режим в стране. Рассматриваются три наиболее вероятных варианта развития событий. Затем для каждого режима оценивается вероятный уровень политических беспорядков (по шкале: «низкий», «средний», «высокий», «очень высокий» риск) и уровень еще 11 переменных, влияющих на деловой климат в стране. На втором этапе полученные оценки конвертируются в буквенные (шкала от А до D) по трем инвестиционным подразделам: финансовые трансферты, прямые инвестиции и экспортные рынки [10].

В феврале 2022 г. Еврокомиссия актуализировала список стран с высоким уровнем риска. В этот перечень попадают юрисдикции, которые по мнению ЕС недостаточно эффективно противодействуют отмыванию денег, имеют значительные недостатки в борьбе с финансированием терроризма и представляют серьезную угрозу для финансовой системы Европы. В список вошли 23 страны (юрисдикции): Афганистан, Барбадос, Буркина Фасо, Вануату, Гаити, Зимбабве, Иордания, Йемен, Каймановы острова, Камбоджа, Мали, Марокко, Мьянма, Никарагуа, Пакистан, Панама, Сенегал, Сирия, Тринидад и Тобаго, Уганда, Филиппины, Южный Судан, Ямайка. По сравнению с данными 2021 г. список был изменён – из него были исключены Гана, Ботсвана, Маврикий, Багамы и Ирак [11].

Выводы. Анализ страновых рисков дает представление о рискованности международного бизнеса в той или иной стране. Оценка страновых рисков является неотъемлемой частью инвестиционного анализа, а ее результаты должны играть ключевую роль при принятии инвестиционных решений. Предприниматели и инвесторы, использующие рейтинги и отчеты аналитических агентств, международных организаций и банковских структур, смогут разработать качественную стратегию по управлению рисками международного бизнеса и принимать более взвешенные решения при выходе на внешние рынки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт BERI: [Электронный ресурс]. URL: <https://beri.com/> (дата обращения: 14.11.2022).
2. Официальный сайт Economist Intelligence Unit: [Электронный ресурс]. URL: country.eiu.com (дата обращения: 14.11.2022)
3. Официальный сайт Euromoney: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.euromoneycountryrisk.com/>(дата обращения: 24.10.2022).
4. Официальный сайт Coface: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coface.ru/> (дата обращения: 18.11.2022).
5. Официальный сайт Institutional Investor: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.institutionalinvestor.com> (дата обращения: 14.11.2022)
6. Официальный сайт Moody's Investor Service: [Электронный ресурс]. URL: <https://ratings.moody's.io> (дата обращения: 18.11.2022).
7. Официальный сайт S&P: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.spglobal.com/en/> (дата обращения: 18.11.2022).
8. Официальный сайт Credit Risk International: [Электронный ресурс]. URL: <https://creditrisk.info/en/> (дата обращения: 21.11.2022).

9. Официальный сайт Control Risks Group: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.controlrisks.com/> (дата обращения: 21.11.2022).
10. Официальный сайт Political Risk Services: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.prsgroup.com/explore-our-products/icrg/> (дата обращения: 21.11.2022).
11. Перечень стран с высоким уровнем риска. Портал о международной защите и диверсификации активов: [Электронный ресурс]. URL: <https://internationalwealth.info/news-of-the-offshore/perechen-stran-s-vysokim-urovнем-riska/> (дата обращения: 29.11.2022).
12. Д.Ю. Сусанов. Страновой риск и методы его измерения // Дайджест-финансы. 2001. №11 (83) : [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stranovoy-risk-i-metody-ego-izmereniya> (дата обращения: 29.11.2022).

METHODS OF ACCOUNTING FOR COUNTRY RISKS: INTERNATIONAL PRACTICE

Abstract: the study is devoted to the study of country risks. The article considers the components of country risk, systematizes methods, principles and methods of accounting for country risks. It is determined that a timely and scientifically based assessment of country risk is a condition for effective foreign trade activity, contributes to making informed decisions when entering foreign markets and conducting international operations.

Keywords: country risk, international business, methods, principles, rating

Mazno K.E.

Scientific adviser: Zabavina E.Yu. Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: maznokarina80@gmail.com

УДК 338

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ

Мелешенко М. А., Мелешенко А. А.

*Научный руководитель: Филиппова Л. Б., канд.техн.наук, доцент
БГТУ, БФ РЭУ им. Г. В.Плеханова*

Аннотация. Современный мир стремительно развивается. Существенные изменения в привычном укладе общества находят свое отражение и в экономике, позволяя перенести множество действий в электронный формат, способствуя развитию онлайн-торговли. Целью статьи является рассмотрение феномен онлайн-продаж, их преимущества и недостатки, приведение статистики увеличения количества заказов в интернет-маркетах. В качестве материалов исследования используются данные объемов онлайн-продаж на душу населения, а также результаты прогноза динамики этих продаж и снижение среднего чека. Результатом научно-исследовательской работы стал вывод, что онлайн-продажи в современном мире являются неотъемлемой частью не только повседневной жизни каждого человека, но и важным фактором экономики, стимулируя ее развитие.

Ключевые слова: цифровая экономика, онлайн-торговля, онлайн-продажи, промышленная революция.

Промышленные революции, которых различные специалисты выделяют четыре, кардинально меняли не только быт обычных людей, но и мир в целом, а также определяли дальнейший вектор развития человечества [1]. Первая, произошедшая в 1784 году, дала рост городам, механическому производству, ознаменовалась созданием парового двигателя, что позволило создавать новые виды транспорта и механизировать производство. Вторая революция, которая характеризовалась массовым производством и электрификацией, произошла в 1870 году и позволила развиваться промышленности быстрыми темпами, использовать электричество, газ и нефть в качестве источников энергии, а также соединить крупнейшие города мира телеграфной сетью. Третья революция, произошедшая сразу после создания автомобиля и самолета, позволила автоматизировать производство и использовать цифровые технологии, из-за чего произошел рост электроники, телекоммуникаций и компьютеров. Она началась в 1960-х годах и позволила проводить космические экспедиции, различные исследования и развивать интернет. В настоящее время мир переживает четвертую промышленную революцию, связанную с возможностями интернета, появлением искусственного интеллекта, объединяющую физический, цифровой и биологический миры.

Такие существенные изменения в привычном укладе общества находят свое отражение и в экономике: цифровая эпоха позволила управлять развитием бизнеса удаленно, увеличить скорость отдельных бизнес-процессов, заключать сделки дистанционно, используя электронную цифровую подпись (ЭЦП). Это все является характерными особенностями цифровой экономики.

Цифровая экономика – термин, введенный в 1995 году Николасом Негропonte, но еще не имеющий официального определения. Это экономика нового технологического поколения, хозяйственная деятельность, ключевым фактором производства которой являются данные в цифровом виде (информация). Понятие цифровой экономики неразрывно связано с цифровыми технологиями, среди которых активно выделяют большие данные (bigdata), квантовые и новые производственные технологии, Интернет, искусственный интеллект и многое другое.

Цифровизация изменяет условия жизни человека. Вместо совершения покупок в магазинах и универмагах люди используют мобильные приложения для онлайн-шопинга, вместо бумажных носителей хранят информацию на жестких дисках или облачных хранилищах, используют специальные приложения для проверки баланса, открытия вкладов или взятия кредитов. Фирмы продвигаются с помощью социальных сетей или рекламы в интернете, а предприятия, не имеющие сайтов или не

функционирующих онлайн, не выдерживают конкуренции и находятся на грани банкротства.

Интернет-торговля позволяет увеличить количество продаж, т.к. позволяет привлекать покупателей с различных регионов страны или мира, а также конкурировать фирмам и предприятиям независимо от их местонахождения [2, с. 2-3].

Онлайн-продажи – торговля товарами и услугами с помощью сети интернет. Они позволяют совершать покупки через сайты, мобильные приложения, оплачивать их, не выходя из дома, получать их в пунктах выдачи или с помощью доставки курьеров на дом. Онлайн-продажи имеют свои преимущества и недостатки [3]. Среди их плюсов можно выделить:

- Удобство. Все действия происходят в несколько кликов с помощью компьютера или телефона.

- Выгода. Обычно товары в интернет-магазинах дешевле, чем в обычных из-за меньшего количества посредников.

- Выбор. Количество видов товара или его аналогов в интернете намного больше.

- Экономия для владельцев. При открытии бизнеса в интернете не нужно платить аренду за помещение и нанимать сотрудников.

- Охват. Количество посетителей сайта может быть в несколько десятков раз больше, чем посетителей обычного магазина.

- Анализ. Большое количество различных инструментов позволяют анализировать посетителей сайта магазина, что позволяет узнать их возраст, регион проживания, желания, чтобы учитывать эти характеристики при создании и настройке рекламы.

Среди минусов онлайн-продаж можно выделить:

- Задержки при доставке. Иногда товары не приходят вовремя по ряду причин, некоторые из них даже не зависят от продавцов.

- Безопасность. Некоторые покупатели боятся вводить данные своих банковских карт на сайтах, которые не вызывают у них доверия. Также стоит учитывать, что существует риск взлома для изъятия данных, так что у любого бизнеса должен быть специалист по кибербезопасности.

- Реклама. Важно уметь правильно ее настроить или обратиться к специалистам, чтобы учесть потенциальную аудиторию, которая заинтересуется товаром, а не пролистает рекламу без внимания.

- Конкуренция. Из-за огромного количества различных интернет-магазинов продавцам требуется большое вложение в раскрутку и выделение магазина от тысячи похожих.

Возникновение возможности онлайн-продаж повлияло на экономику в целом. Фирмы стали получать больший доход за счет покупателей с разных уголков страны, что позитивно сказывалось на развитии экономики. Например, к 2004 году товарооборот операций в мире, проведенных через интернет-магазины, составлял сумму около одного миллиона долларов. Эта цифра постепенно увеличивалась в разы, и уже в 2007 году товарооборот исчислялся в несколько сот миллиардов долларов.

Пандемия привела к увеличению количества онлайн-продаж, причем у России наблюдался самый большой скачок – 58%, в то же время рост рынка интернет-торговли в Китае составил 5%, в США – 9%.

Если рассматривать объем онлайн-продаж на душу населения, то Россия здесь также значительно уступает некоторым странам [4]. Этот показатель в Южной Корее равен \$2393, в Великобритании – \$1990, в Японии – \$1479, в США – \$1141, в Германии – \$1111, что в несколько десятков раз больше чем в России – всего \$19 (рис.1).

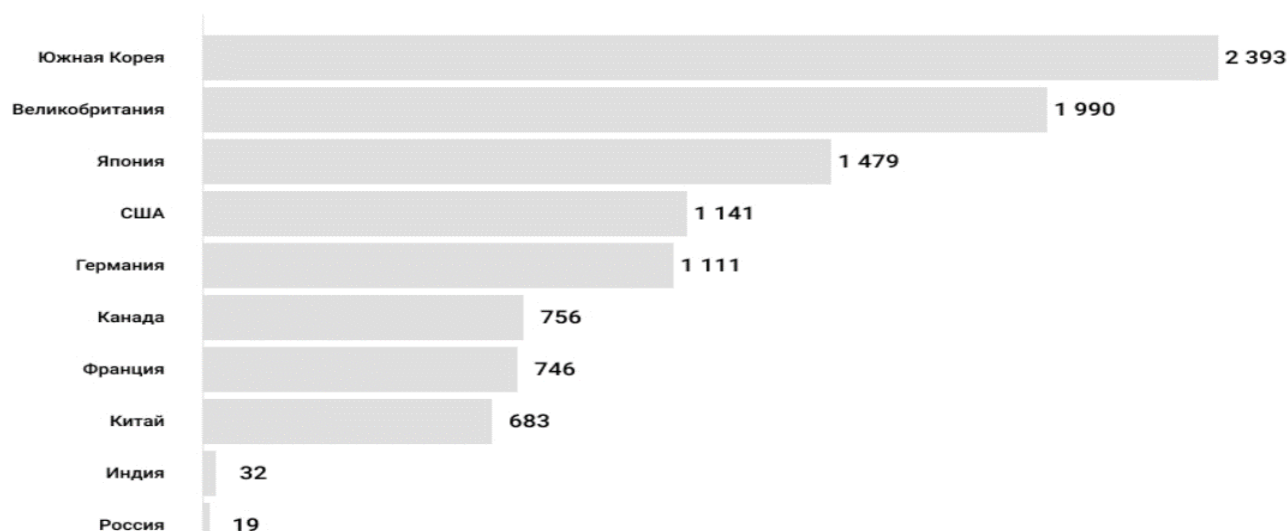


Рис. 1. Объем онлайн-продаж на душу населения

Самый большой рост онлайн-продаж в России получила сфера продуктов питания. До пандемии покупатели предпочитали приобретение еды в физических магазинах, но в условиях карантина им пришлось изменить своим привычкам. Таким образом, рост составил 250%, всего было сделано 69 миллионов заказов.

Аналитики DataInsight прогнозируют дальнейший рост числа онлайн-продаж и снижение среднего чека (рис. 2) [4].

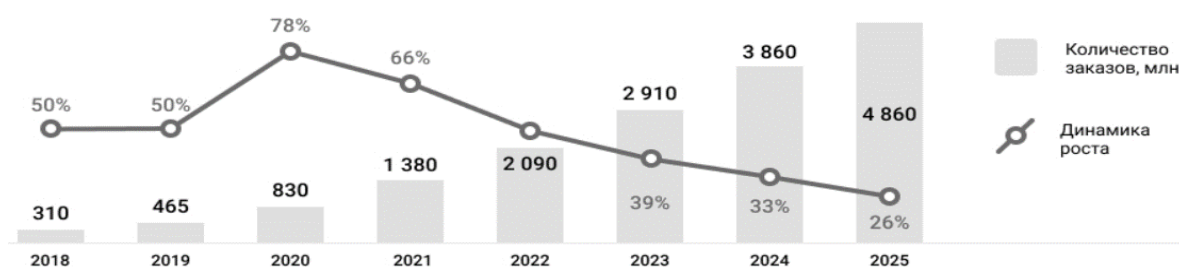


Рис. 2. Прогноз динамики количества заказов

Эксперты прогнозируют дальнейший рост рынка онлайн-продаж в России. Они считают, что к 2025 году объем рынка составит 10,9 трлн руб., что в 4 раза больше объема 2020 года [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что онлайн-продажи стали неотъемлемой частью не только повседневной жизни каждого человека, но и важным фактором экономики, стимулируя ее развитие. К неоспоримым преимуществам онлайн-торговли относят удобство, выгоду, экономию и анализ, к недостаткам – конкуренцию, рекламу и возможные задержки при доставке. Пандемия привела к увеличению количества онлайн-продаж, причем у России наблюдался самый большой скачок – 58%, наибольший прирост получила сфера продуктов питания. Прогнозируется дальнейший рост числа онлайн-торговли, к 2025 году число заказов может вырасти более, чем в 5,5 раз и составить 4 860 млн штук.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Четыре промышленные революции [Электронный ресурс]: Постнаука, URL: <https://postnauka.ru/wtf/155993> (дата обращения: 03.11.2022).
2. Чепелева А.Ю., Хайрхуа А.Ф. Интернет-торговля в России как основной элемент цифровой экономики // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» URL: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018010575> (дата обращения: 02.11.2022).
3. Преимущества и недостатки интернет-магазина [Электронный ресурс]: Евробайт, URL: <https://eurobyte.ru/articles/plyusy-i-minusy-internet-magazina/> (дата обращения: 01.11.2022).
4. Как рынок eCommerce изменился за 2020 год, и какие настроения у потребителей в 2021 году? [Электронный ресурс]: Metacommerce, URL: www.metacommerce.ru (дата обращения: 01.11.2022).

DIGITALECONOMY: ONLINESALES

Annotation. The modern world is developing rapidly. Significant changes in the usual way of society are reflected in the economy, allowing you to transfer a lot of actions to an electronic format, contributing to the development of online commerce. The purpose of the article is to consider the phenomenon of online sales, their advantages and disadvantages, and to provide statistics on the increase in the number of orders in online markets. The data on the volume of online sales per capita, as well as the results of the forecast of the dynamics of these sales and the decrease in the average check are used as research materials. The result of the research work was the conclusion that online sales in the modern world are an integral part not only of every person's daily life, but also an important factor in the economy, stimulating its development.

Keywords: digital economy, online commerce, online sales, industrial revolution.

Meleshenko M.A., Meleshenko A.A.

Scientific supervisor: Filippova L.B., Associate Professor,

Candidate of Technical Sciences of BSTU, BF Plekhanov Russian University of Economics

M.meleshenko02@mail.ru, meleshenko0202@mail.ru

УДК 333.333

ИНСТРУМЕНТЫ БРЕНДИНГА В КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКЕ. МОДЕЛЬ КАПИТАЛА БРЕНДА КЕЛЛЕРА

Новикова Д.И.

*Научный руководитель: Петенко И.В., д-р экон.наук, профессор
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. Многие факторы влияют на конкурентную силу товара и бренда. Если собственники компаний понимают эти факторы, это может помочь в эффективном запуске нового продукта или понять, как реорганизовать и улучшить находящийся в затруднительном положении бренд. Модель капитала бренда Келлера — это инструмент, который можно использовать для анализа этих факторов и укрепления брендинга компании.

Ключевые слова: бренд, модель Келлера, инструменты брендинга.

Модель капитала бренда Келлера (также известная как модель капитала бренда на основе потребителей) была впервые разработана профессором в маркетинговой сфере Кевином Лейном Келлером в его широко используемом учебнике «Стратегическое управление брендом» [1].

Концепция, лежащая в основе модели капитала бренда, проста: чтобы создать сильный бренд, предприниматель должен формировать потребительский портрет визуального и психологического восприятия товаров и бренда в целом. Необходимо создать правильное представление о бренде, чтобы у реальных и потенциальных потребителей были конкретные, позитивные мысли, чувства, убеждения, мнения и представления о нем.

Когда у компании сильный капитал бренда, потребители будут покупать больше, они будут рекомендовать данный бренд другим людям, они будут более лояльны, и компания с меньшей вероятностью потеряет их из-за конкурентов. Модель, изображенная в виде пирамиды на рис. 1 ниже, иллюстрирует четыре шага, которые необходимо выполнить, чтобы создать сильный капитал бренда.

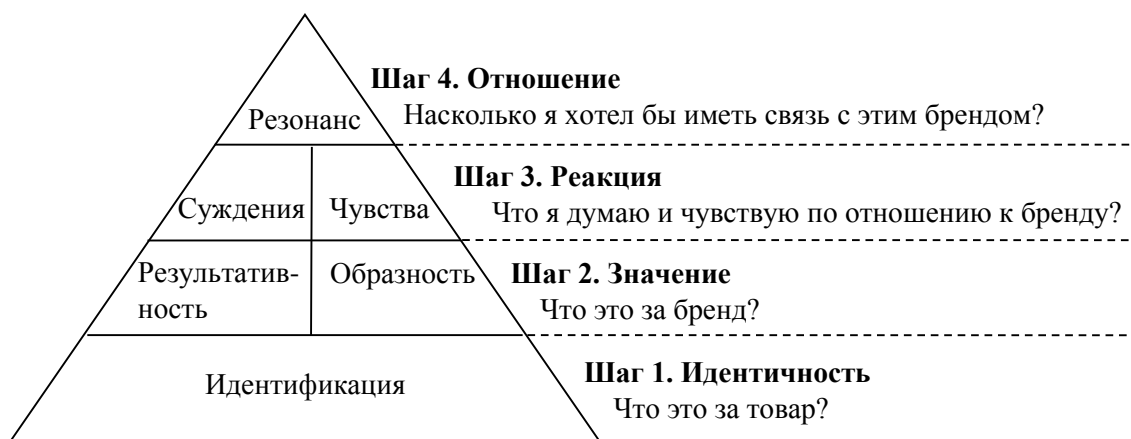


Рис. 1 Модель капитала бренда Келлера

Четыре ступени пирамиды представляют собой четыре фундаментальных вопроса, которые реальные и потенциальные потребители будут задавать — часто подсознательно — о любом бренде.

Представленные шаги по формированию брендинга подразумевают под собой шесть последовательных этапов создания бренда.

Рассмотрим каждый шаг модели более подробно и проанализируем, как можно использовать ее для укрепления брендинга компании.

Шаг 1: Идентичность бренда – Что это за товар? Цель данного этапа состоит в том, чтобы идентифицировать бренд или осведомить потребителей о компании – другими словами, необходимо убедиться, что бренд выделяется среди конкурентов, и что потребители узнают его и знают о нем.

Здесь необходимо не просто создать идентичность и узнаваемость бренда, но также и обеспечить «правильное» восприятие бренда на ключевых этапах процесса покупки.

Следует начать с изучения целевой аудитории и составления портрета потребителя. Изучить рынок, чтобы получить полное представление о том, как потребители видят бренд, и выявить основные сегменты рынка с разными потребностями и разным отношением к бренду компании.

Затем стоит определить, как потребители осуществляют свой выбор при покупке товара и как делают выбор между брендами. В этом помогут ответы на следующие вопросы: «Какие процессы принятия решений проходят реальные и потенциальные потребители, когда выбирают товар? Как они классифицируют товар или бренд? Насколько хорошо бренд отличается от других, похожих?».

Можно продавать товар, потому что он удовлетворяет определенный набор потребностей потребителей – это уникальное торговое предложение или УТП. Компания уже может быть знакома с этими потребностями, но важно сообщить потребителям, как бренд их удовлетворяет. Полностью ли они понимают эти УТП, когда принимают решение о покупке?

К концу этого шага можно понять, воспринимают ли потребители бренд так, как этого хочет компания, или существуют определенные проблемы восприятия, которые необходимо решить. Следует ли скорректировать товар или услугу, или изменить способ передачи информации о бренде?

Шаг 2: Значение бренда — что это за бренд? На этом этапе необходимо определить и сообщить, что бренд означает для потребителей. Это можно сделать, рассмотрев бренд с точки зрения «результативности» и «образности»:

Результативность определяет, насколько хорошо товар соответствует потребностям потребителей. Согласно модели Келлера, результативность состоит из пяти категорий: основные характеристики и особенности; надежность, долговечность и удобство обслуживания; эффективность обслуживания, эффективность и эмпатия; стиль и дизайн; цена.

Образность относится к тому, насколько хорошо бренд отвечает потребностям потребителей на социальном и психологическом уровне. Может ли бренд удовлетворить эти потребности напрямую, исходя из собственного опыта потребителя с товаром или косвенно, с помощью целевого маркетинга или «из уст в уста». Опыт, который потребители получают от бренда, является прямым результатом результативности товара. Товар должен соответствовать и, в идеале, превосходить их ожидания, что поможет в завоевании лояльности.

Необходимо тщательно подумать о том, какое впечатление компания хочет вызвать у потребителей своим товаром и принять во внимание как результативность, так и образ, и создать «индивидуальность бренда». Опять же, не стоит забывать об определении любых разрывов между тем, где компания находится сейчас, и тем, где она хочет быть, и подумать, как этот разрыв можно преодолеть.

Хорошим примером «значения бренда» в действии является компания Patagonia, занимающаяся производством верхней одежды и снаряжения, которая производит высококачественную продукцию из переработанных материалов.

Результативность бренда Patagonia демонстрирует его надежность и долговечность.

Люди знают, что их товары хорошо спроектированы и стильны, и что они их не подведут. Образ бренда Patagonia усиливается благодаря ее приверженности нескольким экологическим программам и социальным инициативам; и ее сильные ценности «сокращать, повторно использовать, перерабатывать» заставляют потребителей чувствовать себя хорошо при покупке их товаров.

Шаг 3: Реакция бренда – что я думаю и чувствую по отношению к бренду? Реакция потребителей на бренд обычно делится на две категории: «суждения» и «чувства». Суждения, которые они формируют, как правило, сосредоточены вокруг следующих четырех категорий:

Качество – потребители судят о товаре или бренде на основе его фактического и воспринимаемого качества. Стоит продумать, как можно улучшить эти два типа качества, когда речь идет о товаре или о бренде.

Надежность – потребители оценивают надежность по трем параметрам: опыт (который включает в себя инновации), надежность и привлекательность. Необходимо повысить доверие к бренду в этих трех областях. Например, может ли компания использовать инновации для поддержки своих ключевых сообщений и продвигать эти инновации в маркетинговой кампании?

Рассмотрение – потребители оценивают, насколько товар соответствует их уникальным потребностям. Здесь следует использовать исследование потребителей, которое компания провела на первом этапе, чтобы определить их конкретные потребности. Затем уточнить, как бренд удовлетворяет эти потребности и что делает для визуализации их поддержки.

Превосходство – потребители оценивают, насколько лучше определенный бренд, сравнивая с брендами конкурентов. Ключевые вопросы: «Насколько бренд конкурентоспособен? Есть ли что-то дополнительное или особенное, что предлагают конкуренты, чего нет у бренда, или наоборот? Что еще можно сделать?».

Потребители также реагируют на бренд в соответствии с тем, как они себя чувствуют. Бренд может вызывать чувства напрямую, но потребители также будут эмоционально реагировать на то, как бренд заставляет их относиться к себе. Согласно модели, есть шесть положительных «ощущений бренда», которые потребители могут получить от товара или услуги, которые они используют: теплота, веселье, волнение, безопасность, социальное одобрение и самоуважение. Стоит тщательно подумать о шести чувствах, перечисленных выше. На чем из них сосредоточена текущая маркетинговая стратегия бренда? Что можно сделать, чтобы усилить эти чувства у потребителей?

Шаг 4: Отношение к бренду – Насколько я хотел бы иметь связь с этим брендом? «Резонанс» бренда находится на вершине пирамиды капитала бренда, потому что это самый трудный – и самый желанный – уровень для достижения. Компания достигла резонанса бренда, когда их потребители почувствовали глубокую психологическую связь с брендом [2].

Келлер разделяет резонанс на четыре категории:

1. Поведенческая лояльность – сюда входят регулярные повторные покупки.
2. Позиционная привязанность – потребители любят бренд или товар, и они рассматривают это как особую покупку.
3. Чувство общности – потребители испытывают чувство общности с людьми, связанными с брендом, включая других потребителей и представителей компании.
4. Активное вовлечение – это самый сильный пример лояльности к бренду. Потребители активно взаимодействуют с товаром компании, даже если они его не покупают и не потребляют. Это может включать в себя вступление в клуб, связанный с брендом; участие в онлайн-чатах, маркетинговых акциях или мероприятиях.

Например, чтобы повысить поведенческую лояльность, можно предлагать

бесплатные подарки при каждой покупке или создать схему карт лояльности клиентов.

Мы продемонстрируем пример применения модели капитала бренда на основании проекта по улучшению неэффективного товара. Товар представляет собой высококачественный органический чай, продаваемый по принципам справедливой торговли, но он так и не достиг высоких продаж и лояльности потребителей, на которые рассчитывала организация. Используем пирамиду капитала бренда в качестве основы для изменения эффективности бренда.

Шаг 1: Фирменный стиль. Целевыми потребителями компании являются социально сознательные женщины со средним и высоким доходом.

После тщательного анализа мы знаем, что маркетинговая кампания рассчитана на правильную аудиторию, но понимаем, что она не полностью удовлетворяет потребности потребителей. Изменим сообщение с «полезный, вкусный чай» на «вкусный чай с совестью», что более актуально и значимо для нашего целевого рынка.

Шаг 2: Значение бренда. Затем мы исследуем значение товара и посмотрим, как компания доводит это значение до своих потребителей. Оценив эффективность обслуживания компании, мы можем обнаружить, что многим представителям потребителей, которые жалуются, не хватает сочувствия. Нам следует организовать комплексный курс обучения обслуживанию потребителей, чтобы улучшить реакцию на жалобы и отзывы клиентов. Далее мы опубликуем личные истории фермеров, которые выращивают и собирают чай, на веб-сайте компании. Делая это, мы стремимся информировать потребителей о том, насколько полезна эта практика для людей во всем мире.

Шаг 3: Реакция бренда. Изучив четыре оценки реакции бренда, мы понимаем, что воспринимаемое качество может быть проблемой. Сам чай высокого качества, но размер упаковки меньше, чем у его конкурентов. Мы не хотим снижать цену, так как это может заставить потребителей обесценить качество продукта, поэтому мы предложим больше чая в каждой коробке, чтобы превзойти ожидания потребителей.

Шаг 4: Резонанс бренда. Мы знаем, что наша целевая аудитория очень заботится о честной торговле. Мы будем продвигать усилия организации, участвуя в ряде мероприятий честной торговли по всей стране.

Вывод. Один из наиболее эффективных инструментов брендинга – модель Келлера, проиллюстрирована нами с помощью пирамиды, которую можно разделить на четыре многоуровневых уровня, через которые организации могут работать для развития сильного бренда. Четыре уровня также содержат шесть последовательных этапов, которые необходимы компаниям для развития успешного бренда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Домин, В.А. Брендинг 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / В.А. Домин. – М.: ЛитРес, 2022. – 283 с.
2. Старов, С.Н. Управление брендами / С.Н. Старов. – М.: ЛитРес, 2017. – 219 с.

BRANDING TOOLS IN COMMUNICATION POLICY. KELLER BRAND EQUITY MODEL

Annotation. Many factors affect the competitive strength of a product and brand. If business owners understand these factors, it can help them launch a new product effectively or understand how to reorganize and improve a struggling brand. The Keller Brand Equity Model is a tool that can be used to analyze these factors and strengthen a company's branding.

Keywords: brand, Keller model, branding tools.

Novikova D.I.

Scientific adviser: Petenko I.V. Ph.D., professor
Donetsk National University
E-mail: rinastren666@mail.ru

УДК [685.8+659.1+659.144.1+659.4] - 028.31 - 021.272

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЙ «МАРКЕТИНГ», «РЕКЛАМА», «ПР», «ПРОПАГАНДА»

Общанская А. Р.
Научный руководитель: Дудник В. В., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается разница и сходство, взаимоотношение и взаимообусловленность понятий как областей деятельности «маркетинг», «реклама», «ПР», «пропаганда», незнание и непонимание которых у неосведомленных лиц, даже и у некоторых специалистов, создает путаницу в понимании смысла предоставляемой разными источниками информации о данных понятиях и ошибки в применении их в речи и оперировании ими.

Ключевые слова: маркетинг, реклама, ПР, пропаганда.

Анализируя источники, освещающие проблему неправильного использования понятий «маркетинг», «реклама», «пиар» и «пропаганда», можно прийти к выводу о том, что нет таких источников, в которых бы проводились параллели одновременно между всеми предложенными понятиями, наблюдается отсутствие общей, полной, однозначной и завершенной картины – берется только парная, реже тройная, комбинация: маркетинг и реклама, пиар и пропаганда, реклама и пиар и так далее.

Актуальность исследования обусловлена рядом причин:

1) избежание собственной подмены понятий и наличие собственного понимания их использования в общении и рассуждениях;

2) выявление ошибок в неправильном использовании терминов и расхождении их с темой повествования другими людьми;

3) существование соответствующих направлений подготовки, на которых обучаются специалисты, и, оказавшись перед выбором профессии, абитуриент, если и понимает взаимосвязь терминов, выбирая между ними, не понимает их разницу, или же наоборот, считает, что все они означают одно и то же, и подготовка осуществляется по одним и тем же программам, и дисциплинам;

4) наличие тенденций на слияние всех направлений и размытие границ между ними, в настоящее время людям трудно отличить маркетинг, рекламу, пиар и пропаганду.

Целью данного исследования является проведение сравнительного анализа данных понятий и выявление между ними разницы.

Исследования истории возникновения маркетинговой практики показывают, что ученые не сходятся в едином мнении касательно того, когда маркетинг как область человеческой деятельности впервые появился. Некоторые исследователи утверждают, что приемы маркетинга можно найти еще в древности. Некоторые предполагают, что маркетинг как деятельность появился с развитием экономической сферы в 16-17 веках, а то и в 19-20 веке [1].

Термин «маркетинг» является производным от латинского слова «mercatus», означающего «рынок» или «торговец» [1]. По мнению этимологов, сам термин маркетинг, впервые появившийся в словарях 16 века, обозначает процесс покупки и

продажи на рынке. Современное же определение маркетинга впервые появилось в словарях в 1897 году [1].

Рассмотрев трактовки понятия «маркетинг» в десятке разных словарей, можно дать следующее определение: «Маркетинг – это деятельность, направленная на анализ и прогнозирование конъюнктуры для управления процессом выявления потребностей, формирования спроса, продвижения и сбыта продукта с целью получения прибыли» [6].

Перейдем к анализу понятия «реклама», с которым множество обывателей отождествляют маркетинг. Реклама начала использоваться еще во времена Древнего Египта, где египтяне пускали в ход папирус для создания рекламных сообщений и настенных плакатов. Папирус был впервые изготовлен в Египте еще в четвертом тысячелетии до нашей эры [3].

Понятие «реклама» произошло от латинского «*reclamare*», что означает «крик», «кричать», «выкрикивать» [3]. Слово «реклама» в общепринятом смысле начало употребляться с середины 17 века, когда в Англии с помощью данного термина книгопечатники стали оповещать своих покупателей о предстоящих изданиях, и эту идею подхватили владельцы магазинов [3].

Анализ трактовки данного определения различными авторами позволяет дать следующее определение понятия «реклама»: «Реклама – это информация, распространяемая для создания широкой известности чего-то или кого-то с целью привлечения внимания потенциального потребителя» [8].

В то время как термин «связи с общественностью» еще не был разработан некоторые ученые определили ранние формы общественного влияния и управления коммуникациями в древних цивилизациях. Найденная глиняная табличка, пропагандирующая более совершенные методы ведения сельского хозяйства, иногда считается первым известным примером связей с общественностью [4].

«ПР» происходит от англ. «PR», что является сокращением от «*public relations*», буквально означающее «связи с общественностью», «публичные отношения», «общественные связи» [4]. Термин «*public relations*» впервые был упомянут в 1807 году в «Седьмом обращении к Конгрессу» президентом США, а в 30-е гг. XIX века данное понятие вошло в употребление как «*relations for the general good*» – «отношения ради всеобщего блага» [4].

«Связи с общественностью – это практика управления и распространения информации с целью формирования образа организации и отношений между организацией и обществом» [9].

Примитивные формы пропаганды были задействованы со времен существования достоверных письменных свидетельств, некоторые из которых большинством историков расцениваются как ранний пример пропаганды [2]. «Пропаганда» происходит от латинского, означающее «распространять» или «распространять», то, что должно быть распространено [2].

Изначально слово «пропаганда» произошло от нового административного органа католической церкви, созданного в 1622 году, под названием «Конгрегация пропаганды веры», или неофициально просто «Пропаганда». Его деятельность была направлена на распространение католической веры в некатолических странах. В конце 18 века термин начал использоваться также для обозначения пропаганды в светской деятельности, в частности в политической сфере в 19 веке [2].

«Пропаганда – это распространение определенной информации среди широких масс населения с целью формирования нужного общественного мнения и управления им» [7].

Можно предположить, что раньше все данные понятия составляли одну общую примитивную деятельность, которая впоследствии разделилась на узкие и более конкретные области 17-19 веках.

Общее сходство наблюдается также в том, что каждое понятие ориентировано на общественность; каждая область работает с определенной информацией и идеями, которые пускаются в ход и направляются к обозначенной целевой аудитории; имеет своей задачей обращение к самой себе, то есть распространяя свои идеи обществу, она добивается, чтобы общество было адресовано к предмету информирования.

Маркетинг по определению нельзя однозначно трактовать только как распространение информации. Однозначно можно сказать, что и реклама, и ПР, и пропаганда – это распространение информации. Значит три этих понятия относятся к коммуникациям, каждое из которых является видом коммуникативного воздействия, технологиями по привлечению сторонников (рис. 1).



Рис. 1 Виды коммуникационного воздействия

Значит, реклама, пиар, пропаганда – это коммуникационное воздействие, направленное на распространение информации... На этом моменте, мы наблюдаем расхождение и подходим к отличительным особенностям, очерчивающим границы между понятиями. Как виды они имеют свои отличительные особенности: характер действия (направленность, скорость, период, глубина, охват), методы, цели, которые преследует информация.

Реклама действует конкретно на эмоции. На эмоции легче «надавить», эмоции легче и быстрее вызвать. Следовательно, она является быстрым стимулом, побуждающим к таким же быстрым сиюминутным, мгновенным, импульсивным действиям «здесь и сейчас». Реклама действует по поверхности, скользяще. Она явление приходящее-уходящее, оперативное, которое быстро реагирует, являясь очень гибкой и вариативной, и требует таких же быстрых ответных действий. Эмоции возникают по ситуации. А значит реклама несет кратковременный эффект. В рекламе реакция возникает только тогда, когда появляется стимул. Реклама действует точно и конкретно. Является однонаправленной, когда прямой контакт с аудиторией не нужен.

Цель рекламы – просто проинформировать о коммерческом или некоммерческом продукте, обратить внимание и завлечь аудиторию, сформировать интерес для дальнейшей работы с ней. Реклама формирует интерес.

ПР в отличие от рекламы направлен на сознание людей и социальные институты. ПР-сообщение формируется долго и планомерно и не приспособлено к быстрым переменам и быстрому реагированию, оно более масштабно, всеохватно и инертно, соответственно, ПР носит долговременный эффект и на долгий период закрепляется в сознании общественности, создавая устойчивое реагирование. Связи с общественностью касаются целой организации разной природы, а не отдельно ее продуктов, создают определенный и нужный образ организации, чтобы к ней определенным и нужным образом относились, а не просто информируют о том, что такая организация есть. Связи с общественностью являются двусторонним процессом общения.

Цель ПР – формировать мнение, оперируя образами, способствуя тому, как организация воспринимается, влияя на средства массовой информации и поддерживая отношения с заинтересованными сторонами. ПР формирует связь и отношения.

Пропаганда по сравнению с рекламой гораздо более объемна и в отличие от ПР, не касается какой-то конкретной организации, которая в свою очередь не касается отдельного продукта, это массовое общественное явление. Пропаганда глубинна и концептуальна, касается ценностей, идей, убеждений, образа жизни, образа мыслей о какой-либо сфере действительности или действительности вообще, она закладывает ценностные установки и смыслы. Пропаганда очень инертна, формируется медленно и долго, равно как и переформируется, оказывая достаточно длительное и постоянное воздействие и рассчитана на весьма длительный период. Пропаганда производит систему реакций.

Цель пропаганды – построение новой определенной картины ценностей, формирование нужного общественного мнения, построение представления об окружающем мире. Пропаганда формирует мировоззрение.

Пропаганда, ПР и реклама, действуя вместе, соотносятся как стратегическое тактическое и оперативное управление соответственно (рис. 2). Стратегия определяет вектор движения, тактика действует в среде обозначенного пути, а оперативный план реагирует на ситуации, возникающие в среде.

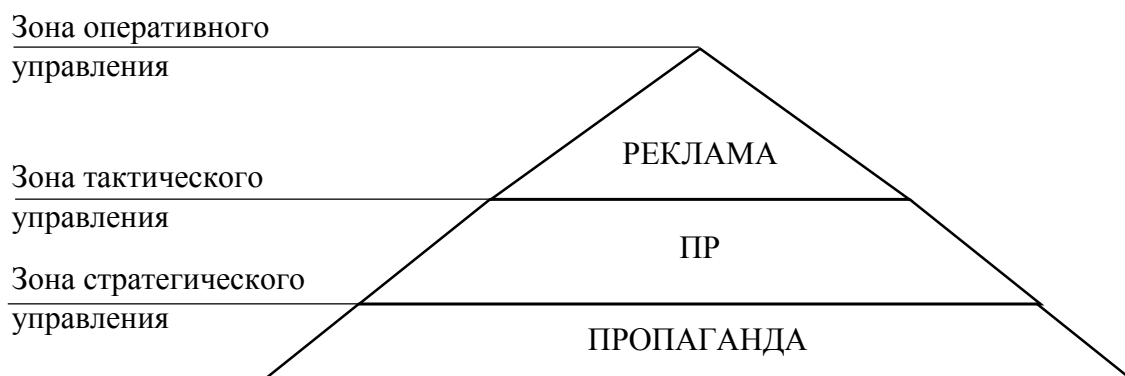


Рис. 2 Соотношение понятий и уровней управления

Например, пропагандируется здоровый образ жизни, направленный на то, чтобы люди осознавали важность физического и психического здоровья, ответственно

относились к своему здоровью и располагали необходимой информацией для его сохранения, укрепления и развития путем систематических физических занятий, правильного питания, режима сна и так далее. Пропаганда настраивает психику человека на здоровое понимание жизни, делает его инициативным и активным приверженцем физической культуры. На этой основе создаются организации, занимающиеся физическим просвещением и воспитанием, производящие спортивные товары и услуги, устраивающие различные спортивные мероприятия. Этой организации необходимо обозначить себя, заявить о себе, получить известность на широкую публику, связаться с обществом и поддерживать отношения так, чтобы было для кого производить и было к кому обращаться, чтобы появилось доверие и понимание.

После преобразования общественного сознания и настройки его на здоровую и активную жизнь, установления гармоничного контакта и устойчивых каналов связи между организацией, несущей здоровые идеалы, и аудиторией, дело остается за тем, чтобы посредством рекламы непрерывно и регулярно напоминать людям и обращать их внимание на знаковые здоровью предметы.

Данный пример наглядно демонстрирует отличие пропаганды здорового образа жизни, ПР здорового образа жизни и рекламы здорового образа жизни: пропаганда воспитывает новых людей, новое поведение, новое мнение по отношению к новому качеству жизни, воспитывает само новое качество жизнедеятельности, связи с общественностью создают благоприятную среду для взаимодействия; реклама просто обращает внимание на такое явление как здоровый образ жизни и призвана напоминать об этом. Но если у человека, например, увидевшего спортивную рекламу, отсутствует образ компании, и тем более концепции, частью которой является организация, в виду отсутствия не возникших, не образовавшихся ассоциация и нитей, связывающих воедино все стороны одного процесса, не стоит ждать от такого человека возникновения побуждения и желания вникнуть в систему, так как для него эта реклама не будет иметь никакого значения и нести смысловую нагрузку.

Маркетинг, несмотря на то, что не является только лишь коммуникацией, не является родовым понятием по отношению к рекламе, ПР и пропаганде, так как они соотносятся как части к целому (рис. 3).

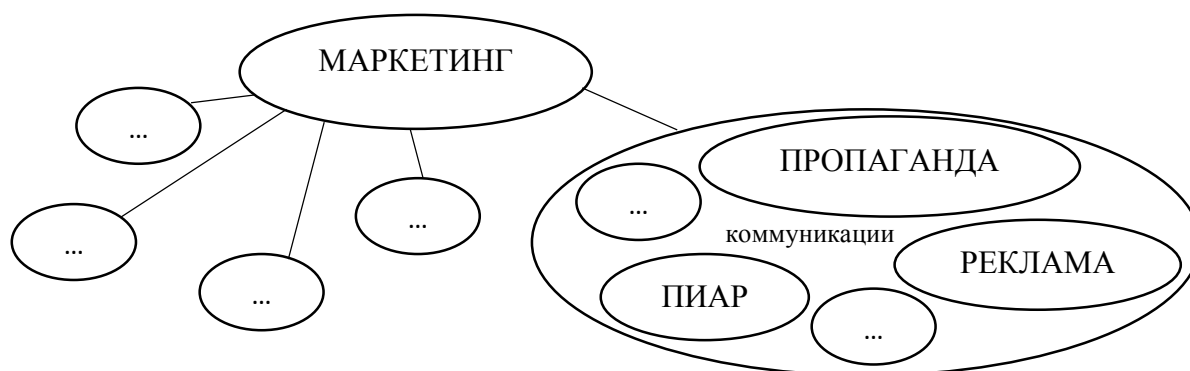


Рис. 3 Отношение маркетинга и коммуникаций

В маркетинге выделяют маркетинговый комплекс, одним из компонентов которого являются коммуникации. Существует маркетинг как сфера деятельности и существуют коммуникации, которые не всегда являются производным от маркетинговой

деятельности, а могут быть самостоятельно развивающейся областью, прилегающий к данной деятельности.

Маркетинг – это деятельность, которая в числе других использует также коммуникации для достижения цели.

Таким образом, разница между понятиями «маркетинг», «реклама», «ПР» и «пропаганда» является существенной, на первый взгляд не существующей. Причина, по которой люди не различают понятий кроется в приведенных сходствах, которые обычно лежат на поверхности и видны при первом ознакомлении. Чтобы понять разницу, человеку необходимо углубиться в тему, но обычно это занимает больше времени, гораздо проще закрепить их в памяти по схожести и употреблять, перемешивая друг с другом, подменяя друг друга, синонимизируя для упрощения смысловой нагрузки. А ведь отличие кроется в более детальном и подробном разборе и анализе. Такое положение вещей обыденного сознания, конечно, не удовлетворит тех, кто находится в поиске различий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. История маркетинга [Электронный ресурс] / Wikipedia. Free Enciclopedia. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_marketing
2. История пропаганды [Электронный ресурс] / Wikipedia. Free Enciclopedia. – Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/enru.ru.ca0a27ba63c7eb7968e9488474722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/History_of_propaganda
3. История рекламы [Электронный ресурс] / Wikipedia. Free Enciclopedia. – Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/enru.ru.c1bf4562-63c7eab0-4ed21698-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/Advertisement
4. История связей с общественностью [Электронный ресурс] / Wikipedia. Free Enciclopedia. – Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/enru.ru.ec8e095763c7ebc7d19658b374722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/History_of_public_relations
5. Коммуникация [Электронный ресурс] / Значение слова. – Режим доступа: <https://znachenieslova.ru/пкоммуникация>
6. Маркетинг [Электронный ресурс] / Значение слова. Режим доступа: <https://znachenieslova.ru/маркетинг>
7. Пропаганда [Электронный ресурс] / Значение слова. – Режим доступа: <https://znachenieslova.ru/пропаганда>
8. Реклама [Электронный ресурс] / Значение слова. – Режим доступа: <https://znachenieslova.ru/реклама>
9. Сборник определений PR (связи с общественностью) [Электронный ресурс] / Файлы. – Режим доступа: https://www.studmed.ru/view/sbornik-opredeleniy-pr-svyazi-s-obschestvennostyu_96f25c45b90.html

THE DIFFERENCE BETWEEN THE CONCEPTS OF «MARKETING», «ADVERTISING», «PR», «PROPAGANDA»

Annotation. This paper examines the difference and similarity, relationship and interdependence of concepts as areas of activity marketing, advertising, PR, propaganda, ignorance and misunderstanding of which in uninformed persons, as well as in some specialists, creates confusion in understanding the meaning of information provided by different sources about these concepts and errors in their application in speech and operating with them.

Keywords: marketing, advertising, PR, propaganda.

Obshchanskaya A. R.

Scientific supervisor: Dudnik V. V., Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: alinaobshanskaa@yandex.ru

УДК 338.31

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Олешко А.С.

*Научный руководитель: Мохначев С.А., канд. экон.наук, доцент
Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашиникова*

Аннотация. В основу статьи положен инструментарий, состоящий из методик оценки качества ведения операционного менеджмента при действующем хозяйственном механизме, отличающемся тесной интеграцией управленческих процессов. По ним экономические субъекты могут проводить комплексный и системный анализ качества ведения операционного менеджмента, приносящего им базовые доходы и прибыль в статическом и динамическом временном интервалах, и ранжировать резервы увеличения производства и сбыта продукции.

Ключевые слова: операционный менеджмент, показатели качества, статика и динамика.

Вступление. Финансовое состояние, один из главных факторов конкурентоспособности экономических субъектов, находится в первоочередной зависимости от производственно-сбытовой (операционной) деятельности, качество ведения которой – ярко выраженный индикатор успешности их функционирования в существующей хозяйственной среде [1, 2; 3]. Она приносит им основную денежную выгоду (прибыль), являющуюся базовым источником развития деловой активности, обеспечивающей большую часть денежных поступлений [4; 5; 6; 7]. Более того, без нее нет ритмичного снабжения населения товарами и услугами и, соответственно, полноценной его жизнедеятельности [8; 9; 10; 11, 12]. Поэтому с авторской точки зрения, необходим инструментарий для оценки качества ее ведения (управления ею) с учетом современных требований к выпуску и реализации продукции, направленных на совершенствование операций по эксплуатации различных видов ресурсов, участвующих в формировании затрат, определяющих результат. Оба показателя и есть факторные (причинные) индикаторы качества операционной деятельности, и именно они должны быть задействованы в построении результирующих (следственных) индикаторов, раскрывающих его содержание при действующем хозяйственном механизме. Иными словами, и тот, и другой показатель традиционны, но требуют модификации, исходя из современных реалий, служащих предпосылками для формирования авторского инструментария, включающего в себя образующие его методики, которым и посвящено проводимое исследование с акцентированием внимания на операционные решения на всех уровнях управления в сфере производства и сбыта.

Основная часть. Методики исчисления показателей качества ведения операционной деятельности целесообразно рассматривать со статической (тактической) и динамической (стратегической) позиций. Преимущество данного классического подхода в обеспечении непрерывности анализа достижения ориентиров конечного и промежуточного характера и монолитности целей и задач деятельности, позволяющей экономическим субъектам добиваться устойчивых конкурентных позиций. Адаптировав его к современным хозяйственным условиям, получим интересующие нас статические показатели операционного менеджмента (формулы (1), (2), (3), (4)):

$$P_{T\text{сомд}} = \frac{D_{\text{хд}}}{P_{\text{орв}} + P_{\text{орс}} + P_{\text{орн}}}, \quad (1)$$

где $RT_{\text{сомд}}$ – совокупная прямая результативность операционного менеджмента по доходам;

$D_{\text{хд}}$ – доходы от хозяйственной деятельности, руб.;

$R_{\text{орв}}$ – расходы на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$R_{\text{орс}}$ – расходы на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$R_{\text{орн}}$ – расходы на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$$RT_{\text{сомп}} = \frac{P_{\text{хд}}}{R_{\text{орв}} + R_{\text{орс}} + R_{\text{орн}}}, \quad (2)$$

где $RT_{\text{сомп}}$ – совокупная результативность операционного менеджмента по прибыли;

$P_{\text{хд}}$ – прибыль от хозяйственной деятельности, руб.;

$R_{\text{орв}}$ – расходы на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$R_{\text{орс}}$ – расходы на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$R_{\text{орн}}$ – расходы на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$$ZT_{\text{сомд}} = \frac{R_{\text{орв}} + R_{\text{орс}} + R_{\text{орн}}}{D_{\text{хд}}}, \quad (3)$$

где $ZT_{\text{сомд}}$ – совокупная затратность операционного менеджмента по доходам;

$R_{\text{орв}}$ – расходы на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$R_{\text{орс}}$ – расходы на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$R_{\text{орн}}$ – расходы на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$D_{\text{хд}}$ – доходы от хозяйственной деятельности, руб.;

$$ZT_{\text{сомп}} = \frac{R_{\text{орв}} + R_{\text{орс}} + R_{\text{орн}}}{P_{\text{хд}}}, \quad (4) \text{ где } ZT_{\text{сомп}} -$$

совокупная затратность операционного менеджмента по прибыли;

$R_{\text{орв}}$ – расходы на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$R_{\text{орс}}$ – расходы на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$R_{\text{орн}}$ – расходы на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$P_{\text{хд}}$ – прибыль от хозяйственной деятельности, руб.

Ввиду неизбежности динамики (изменения или приращения) результативности и затратности (относительных индикаторов, по которым оценивается качество ведения операционного менеджмента в состоянии статики), сформированные выше методики трансформируются при переходе от тактических к стратегическим действиям в следующие формализованные выражения (формулы (5), (6), (7), (8)):

$$\Delta D_{\text{хд}}(\Delta \text{РТ}_{\text{сомд}}) = \frac{\Delta D_{\text{хд}}}{\Delta P_{\text{орв}} + \Delta P_{\text{орс}} + \Delta P_{\text{орн}}} * (P_{\text{орв1}} + P_{\text{орс1}} + P_{\text{орн1}}), \quad (5)$$

где $\Delta D_{\text{хд}}(\Delta \text{РТ}_{\text{сомд}})$ – приращение доходов от хозяйственной деятельности за счет изменения совокупной результативности операционного менеджмента по доходам, руб.;

$\Delta D_{\text{хд}}$ – изменение доходов от хозяйственной деятельности, руб.;

$\Delta P_{\text{орв}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$\Delta P_{\text{орс}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$\Delta P_{\text{орн}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$P_{\text{орв1}}$ – отчетные расходы на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$P_{\text{орс1}}$ – отчетные расходы на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$P_{\text{орн1}}$ – отчетные расходы на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$$\Delta \Pi_{\text{хд}}(\Delta \text{РТ}_{\text{сомп}}) = \frac{\Delta \Pi_{\text{хд}}}{\Delta P_{\text{орв}} + \Delta P_{\text{орс}} + \Delta P_{\text{орн}}} * (P_{\text{орв1}} + P_{\text{орс1}} + P_{\text{орн1}}), \quad (6)$$

где $\Delta \Pi_{\text{хд}}(\Delta \text{РТ}_{\text{сомп}})$ – приращение доходов от хозяйственной деятельности за счет изменения совокупной результативности операционного менеджмента по прибыли, руб.;

$\Delta \Pi_{\text{хд}}$ – изменение прибыли от хозяйственной деятельности, руб.;

$\Delta P_{\text{орв}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$\Delta P_{\text{орс}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$\Delta P_{\text{орн}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$P_{\text{орв1}}$ – отчетные расходы на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$P_{\text{орс1}}$ – отчетные расходы на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$P_{\text{орн1}}$ – отчетные расходы на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$$\Delta P_{\text{орс}}(\Delta \text{ЗТ}_{\text{сомд}}) = \frac{\Delta P_{\text{орв}} + \Delta P_{\text{орс}} + \Delta P_{\text{орн}}}{\Delta D_{\text{хд}}} * D_{\text{хд1}}, \quad (7)$$

где $\Delta P_{\text{орс}}(\Delta \text{ЗТ}_{\text{сомд}})$ – приращение расходов на принятие операционных решений за счет изменения совокупной затратности операционного менеджмента по доходам, руб.;

$\Delta P_{\text{орв}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$\Delta P_{\text{орс}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$\Delta P_{\text{орн}}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$\Delta D_{\text{хд}}$ – изменение доходов от хозяйственной деятельности, руб.;

$D_{\text{хд1}}$ – отчетные доходы от хозяйственной деятельности, руб.;

$$\Delta P_{орс}(\Delta ZT_{сoмп}) = \frac{\Delta P_{орв} + \Delta P_{орс} + \Delta P_{орн}}{\Delta П_{хд}} * П_{хд1}, \quad (8)$$

где $\Delta P_{орс}(\Delta ZT_{сoмп})$ – приращение расходов на принятие операционных решений за счет изменения результативности операционного менеджмента по прибыли, руб.;

$\Delta P_{орв}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на высшем управленческом уровне, руб.;

$\Delta P_{орс}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на среднем управленческом уровне, руб.;

$\Delta P_{орн}$ – изменение расходов на принятие операционных решений на низовом управленческом уровне, руб.;

$\Delta П_{хд}$ – изменение прибыли от хозяйственной деятельности, руб.;

$П_{хд1}$ – отчетная прибыль от хозяйственной деятельности, руб.

По статическим показателям экономические субъекты будут определять в степень качества ведения операционного менеджмента в краткосрочном, а по динамическим показателям в долгосрочном временном интервале, сочетая, тем самым, тактические и стратегические действия и исключая дискретность принимаемых решений, и выявлять и ранжировать по рейтинговым параметрам резервы развития производственно-сбытовой деятельности на текущий момент времени и на перспективу.

Выводы. Таким образом, инструментарий, предложенный для оценки качества ведения операционного менеджмента, отвечает всем современным управленческим требованиям действующего хозяйственного механизма (интегрированности коммуникаций, учетно-аналитической диалектичности) и, следовательно, рекомендуется экономическим субъектам к применению для объективной оценки, способствующей разработке мероприятий по оптимизации результата и затрат и достижению всех краткосрочных и долгосрочных целей в области выпуска и реализации продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грахов В.П., Мохначев С.А., Кислякова Ю.Г., Симакова У.Ф. Специфика управления устойчивым развитием организаций строительного комплекса // Мировая экономика и бизнес-администрирование малых и средних предприятий. Материалы 17-го Международного научного семинара, проводимого в рамках 19-й международной научно-технической конференции. Программ. комитет С.В. Харитончик, А.В. Данильченко [и др.]. Минск, 2021. С. 23-25.
2. Ильин С.Ю. Интенсификация использования производственных ресурсов // Транспортное дело России. – 2019. – № 6. – С. 39-40.
3. Grakhov V., Simakova U., Mohnachev S., Kislyakova Yu., Grakhova E. Project specifics for the construction of a municipal solid waste treatment plant // E3S Web of Conferences Volume 274 (2021). 2nd International Scientific Conference on Socio-Technical Construction and Civil Engineering (STCCE - 2021). France, 2021. С. 5004.
4. Александрова Е.В., Мохначев С.А., Соколов В.А., Шамаева Н.П. Промышленная кооперация в современных условиях // Транспортное дело России. – 2020. – № 1. – С. 49-52.
5. Ильин С.Ю. Экономика и управление организациями в условиях современной хозяйственной конъюнктуры // Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, оптимизация. – 2021. – № 2 (88). – С. 292-300.
6. Ильин С.Ю. Бизнес-процессы в деятельности организаций // Экономические механизмы стратегического управления развитием промышленности: Сборник научных трудов Международного научно-технического Симпозиума III Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук». – М., 2021. – С. 153-156.
7. Мохначев С.А., Симченко О.Л., Третьяков И.А., Чазов Е.Л., Галлямов М.В. Анализ основных подходов к определению понятия инвестиционного проекта и методов его оценки // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2020. № 2 (41). С. 61-65.

8. Ильин С.Ю. Эффективность использования производственных ресурсов // Транспортное дело России. – 2019. – № 6. – С. 60-61.

9. Ильин С.Ю. Современная хозяйственная конъюнктура // Экономические механизмы стратегического управления развитием промышленности: Сборник научных трудов Международного научно-технического Симпозиума III Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук». – М., 2021. – С. 36-39.

10. Ильин С.Ю. Бизнес-аналитика в деятельности отраслей // Управленческие технологии и приоритеты социально-экономического развития регионов: Сборник научных трудов по итогам проведения круглого стола. – М., 2021. – С. 51-53.

11. Grakhov V., Mohnachev S., Simakova U., Kislyakova Yu., Saidova Z., Armyanin A. Specific features of high-speed railway construction projects // IOP conference series. Materials Science and Engineering. Kazan, Russia, 2020. С. 012214.

12. Грахов В.П., Кислякова Ю.Г., Мохначев С.А., Симаков Н.К. Экономические аспекты внедрения цифрового двойника здания на стадии эксплуатации // Вестник Института мировых цивилизаций. 2021. Т. 12. № 4 (33). С. 39-45.

TOOLS FOR ASSESSING THE QUALITY OF OPERATIONAL MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION'S COMPETITIVENESS MANAGEMENT SYSTEM

Abstract: the article is based on a tools consisting of methods for assessing the quality of operational management under the current economic mechanism, characterized by close integration of management processes. According to them, economic entities can conduct a comprehensive and systematic analysis of the quality of operational management, which brings them basic income and profit in static and dynamic time intervals, and rank reserves for increasing production and sales of products.

Keywords: operational management, quality indicators, statics and dynamics.

Oleshko A.S.

Scientific supervisor: Mohnachev S.A., Candidate of Economics, Associate Professor Izhevsk State Technical University named after M.T. Kalashnikov
e-mail: umca007@mail.ru

УДК 657.471.7

**УЧЁТ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ: КРИТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА
ГЕНЕЗИС ОБЩЕМЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ И СОВРЕМЕННУЮ
ДИСКУССИЮ ПО АКТУАЛЬНЫМ ПРОБЛЕМАМ**

Пилипенко А.И.

*Научный руководитель: Попова Н.И., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе исследован генезис общеметодологических подходов, лежащих в основе признания и учётного отражения производственных затрат в контексте рождения, развития и современного содержания идей об учете, как средстве управления бизнес-процессами. Представлено авторское видение дальнейшего развития методологии и практики информационной поддержки управления бизнес-процессами в свете дискуссии по повышению их эффективности.

Ключевые слова: бизнес-процессы, затраты, учёт, контроль, управление.

Актуальность темы исследования обусловлена потребностью в создании действенной системы учёта и контроля затрат, ориентированной на оперативное выявление, диагностику обстоятельств возникновения и устранение неблагоприятных отклонений для повышения эффективности бизнес-процессов энергетических предприятий.

Значительный вклад в исследование методологии и практики учёта и контроля затрат внесли такие именитые учёные-экономисты, как П.С.Безруких, Б.И.Валуев, Э.К.Гильде, В.А.Ерофеева, В.Б.Ивашкевич, А.Н.Кашаев, А.Н.Кузьминский, В.В.Сопко и др. Между тем, многообразие проблем управления бизнес-процессами на основе учетно-аналитических технологий требует дальнейших исследований, что предопределило цель данной работы.

Целью исследования является критическое осмысление и анализ эволюции идей и технологий учёта и контроля затрат в контексте актуальных дискуссионных проблем информационного обеспечения управления эффективностью бизнес-процессов энергетических предприятий.

Проведенным исследованием установлено, что управление затратами требует воздействий, основанных на процессном подходе, технологии которого опираются на сущностное содержание категории бизнес-процессов, в т.ч. бизнес-процессов энергетических предприятий.

Горизонтальная структуризация производственной деятельности как последовательность операций изготовления продукта впервые обоснована А.Смитом, показавшим объективность выделения специализированных производственных операций в составе производственного процесса как определенной последовательности действий. Развивая идеи А.Смита, Ф.У.Тейлор исследовал методы оптимизации производительности, основанные на научной организации и рационализации труда. В последующем А.Файоль выдвинул и обосновал идею управления ресурсами, трактуя процесс как заданный, фиксированный предмет управленческих воздействий инженеров и технологов. Схему процесса как модель «черного ящика», в котором есть вход и выход, предложил Н.Винер. Понятие «процессная ориентация» впервые было введено М.Портером [1]. Развил процессную ориентацию Э.Деминг, введя понятие поточной диаграммы, отражающей взаимосвязи внутри фирмы как процесс, который может быть измерен и улучшен [2].

К настоящему времени в научной литературе сформировались самые разные подходы к трактовке бизнес-процесса. Большинство из них описывают лишь одно или несколько свойств бизнес-процесса. Проведенный критическое осмысление и анализ подходов К.Ивлева, М.Е.Портера, В.В.Сопко, М.Хаммера, Д.Чампи, А.В.Шеера и др. к трактовке бизнес-процесса позволил сформировать наше собственное представление относительно данной категории: «Бизнес-процесс – это постоянно возобновляемый цикл взаимосвязанных операций, непосредственно относящихся к осуществлению производственно-хозяйственной деятельности и выполняемых для получения экономической выгоды».

Критический анализ научных идей Б.Е. Грабовского, Т.Д. Костенко, Е.А. Подгоры, В.С. Рыжикова, М.С. Пушкаря, В.А. Сидуна, А.М. Турило и др. к определению затрат, обусловленных бизнес-процессами, свидетельствуют о том, что среди ученых нет единого мнения относительно категории производственных затрат (табл. 1).

Таблица 1

Различные подходы к трактовке производственных затрат

Автор, источник	Определение
Грабовский Б.Е. [3]	Денежная оценка стоимости материальных, трудовых, финансовых, природных, информационных и других видов ресурсов на производство и реализацию продукции за определенный период.
Костенко Т.Д., Подгора Е.А., Рыжиков В.С. [4]	Совокупность выраженных в денежной форме расходов предприятия, связанных с производством продукции, предоставлением услуг, выполнением работ и их реализацией.
Лень В.С., Гливенко В.В. [5]	Совокупность затрат живого и овеществленного труда (средств и предметов труда) на производство продукции.
Сопко В.В. [6]	Использованные различные вещества и силы природы в процессе хозяйствования: они связаны с изготовлением конкретного, четко определенного вида изделия или конкретного вида оказанной услуги, или выполненной работы.
Пушкарь М.С. [7]	Сумма употребленных на производство товаров, работ и услуг факторов производства (ресурсов).
Сидун В.А., Пономарева Ю.В. [8]	Объем потребленных производственных факторов (материальных, финансовых, трудовых ресурсов), необходимых для осуществления предприятием хозяйственной деятельности, направленной на получение прибыли и максимизацию благосостояния собственников в денежном выражении.
Турило А.М. [9]	Стоимостное выражение абсолютной величины применено-потребляемых ресурсов, необходимых для осуществления производственно-хозяйственной деятельности предприятия и достижения им поставленной цели.
Авторское определение	Денежное измерение потребления ресурсов, обусловленного протекающими бизнес-процессами, направленными на создание нового продукта соединением трёх факторов производства: средств труда, предметов труда и собственно труда с целью последующего получения экономических выгод.

Критическое осмысление представленных в табл. 1 подходов к трактовке сути и содержания производственных затрат позволило нам выделить индикативные признаки производственных затрат, наиболее существенные и интересные в контексте связи с бизнес-процессами и их результатами:

- в определениях Грабовского Б.Е., Костенко Т.Д., Подгоры Е.А., Рыжикова В.С., Пушкаря М.С., Турило А.М. упоминается денежная оценка стоимости ресурсов, затраченных на производство [3, 4, 7, 9];

- в определениях Сидуна В.А., Пономаревой Ю.В. и Турило А.М. говорится о том, что это затраты различных ресурсов, которые необходимы для осуществления предприятием хозяйственной деятельности [8, 9];

- в определениях Грабовского Б.Е., Костенко Т.Д., Подгоры Е.А. и Рыжикова В.С. указано, что это затраты ресурсов не только на производство продукции, но и на ее реализацию [3, 4];

- в определении Сидуна В.А. и Пономаревой Ю.В. помимо всего прочего сказано, что это средства, затраченные для получения прибыли [8];

- в определении Грабовского Б.Е. упоминается временной период, т.е. отнесение затрат на продукцию за определенный период времени [3].

Систематизация и сравнительный анализ приведенных определений привел нас к выводу о том, что они не в полной мере раскрывают категорию затрат, обусловленных бизнес-процессами, и влияющих на формирование финансового результата. Критический их анализ позволил нам предложить собственную версию трактовки производственных затрат, определяемых нами как денежное измерение потребления ресурсов, обусловленного протекающими бизнес-процессами, направленными на создание нового продукта соединением трёх факторов производства: средств труда, предметов труда и собственно труда с целью последующего получения экономических выгод.

Исследованием генезиса идей об учете, как средстве управления бизнес-процессами и их результатами, установлено авторство этой идеи, принадлежащее Э.Э.Фельдгаузену. Впоследствии идеи о управленческой ценности информации о затратах, обусловленных бизнес-процессами, развивали П.И. Рейнбот, Р. Каплан, Н. Г. Чумаченко, Ю.А. Соколов и др. Сообразно этому в процессе проведенного исследования нами выявлены и охарактеризованы особенности энергетики, оказывающие наибольшее влияние на построение учета и контроля производственных затрат: номенклатура продукции, характер технологического процесса, его длительность, сезонность.

Документом, регламентирующим организацию и технику учета и контроля затрат предприятия, является учетная политика. Критическое осмысление и анализ учетной политики энергетических предприятий, в т.ч. реализуемой ГУП ДНР «Энергия Донбасса», дает нам основание констатировать, что она не отражает технологии контроля производственных затрат с их ориентацией на повышение эффективности бизнес-процессов. Так, в рамках нормативного метода, применяемого на предприятии, контроль производственных затрат представляется в большей степени как система пассивного мониторинга затрат для удержания их в рамках нормы. Функции контроля в рамках использования данного метода сводятся к следующему:

1. Предварительное составление нормативной калькуляции себестоимости по каждому из видов продукции на основании действующих на предприятии норм и смет.
2. Ведение учета отклонений фактических затрат от нормативных.
3. Ведение учета изменений, вносимых в текущие нормы затрат, в результате внедрения организационно-технических мероприятий и определение влияния этих изменений на себестоимость продукции.
4. Определение фактической себестоимости выпущенной продукции как суммы нормативной себестоимости, отклонений от норм и изменений действующих норм.

Подобная техника контроля имеет низкую информативность с точки зрения ориентации на бизнес-процессы ввиду отсутствия разбивки по видам норм, бизнес-процессам и инициаторам отклонений.

В рамках совершенствования организации и техники учёта и контроля затрат, ориентированных на повышение эффективности бизнес-процессов Старобешевской ТЭС, считаем целесообразным внедрение отдельного нормирования не прямых расходов с выделением в их составе общепроизводственных, административных и бытовых расходов по элементам смет затрат и бизнес-процессам, в рамках которых они возникли.

Для детального анализа отклонений считаем целесообразным сформировать матрицу, отображающую бизнес-процессы и ответственных за их осуществление, виды затрат и величины отклонений по ним. Это позволит менеджменту предприятия выбирать элемент матрицы, анализировать причины возникшего отклонения и в случае признания его неблагоприятным принять меры по его устранению.

Сообразно этому в целях совершенствования информационной поддержки управления бизнес-процессами и затратами, ими обусловленными, рекомендуется ввести в учетную политику ГУП ДНР «Энергия Донбасса» положения, предусматривающие процессное описание деятельности предприятия; выделение объектов и субъектов управления затратами; схемы организации управления бизнес-процессами.

Наряду с этим считаем необходимым внедрить методические рекомендации по управлению затратами, в том числе в части идентификации и порядка отнесения затрат на бизнес-процессы, порядка выделения центров затрат и центров ответственности, методов учета и контроля соблюдения норм, методов оценки эффективности управления затратами.

Реализация данных предложений, по нашему мнению, позволит значительно улучшить качество информационной поддержки управления затратами, обусловленными бизнес-процессами, что через усиление контрольных функций учёта окажет благоприятное воздействие на результативность управления повышением эффективности бизнес-процессов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Porter, M. E. How Information Gives You Competitive Advantage / M. E. Porter, V. E. Millar // Harvard Business Review, – 2010. – № 85 (July–August). – P. 149–160.
2. Деминг, У. Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / У. Эдвард Деминг, Т. Гуреш; пер. с англ. под ред. А. Гурова. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 420 с.
3. Грабовский, Б. Е. Экономический анализ / Б. Е. Грабовский. – К.: Центр учебной литературы, 2009. – 256 с.
4. Костенко, Т. Д. Экономический анализ и диагностика состояния современного предприятия [Электронный ресурс] / Т. Д. Костенко, Е. А. Подгора, В. С. Рыжиков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Режим доступа: http://www.ebooktime.net/book_59.html
5. Лень, В. С. Бухгалтерский учет в Украине: основы и практика [Электронный ресурс] / В. С. Лень, В. В. Гливенко. – К.: Центр учебной литературы, 2016. – 608 с. – Режим доступа: <http://subject.com.ua/pdf/27.html>
6. Сопко, В. В. Бухгалтерский учет в процессе управления предприятием / В. В. Сопко. – К. : КНЭУ, 2011 г. – 526 с.
7. Пушкарь, М. С. Финансовый учет / М. С. Пушкарь. – Тернополь: Карт-бланш, 2002. – 628 с.
8. Сидун, В. А. Экономика предприятия [Электронный ресурс] / В. А. Сидун, Ю. В. Пономарева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Режим доступа: http://www.ebooktime.net/book_60.html
9. Турило, А. М. Управление затратами предприятия / А. М. Турило, Ю. Б. Кравчук, А. А. Турило. – К. : Центр учебной литературы, 2009. – 120 с.

COST ACCOUNTING AND CONTROL IN THE CONTEXT OF BUSINESS PROCESS EFFICIENCY MANAGEMENT: A CRITICAL LOOK AT THE GENESIS OF GENERAL METHODOLOGICAL APPROACHES AND A MODERN DISCUSSION ON TOPICAL ISSUES

Annotation. The paper examines the genesis of general methodological approaches underlying the recognition and accounting reflection of production costs in the context of the birth, development and modern content of ideas about accounting as a means of managing business processes. The author's vision of the further development of the methodology and practice of information support for business process management in the light of the discussion on improving their efficiency is presented.

Keywords: business processes, costs, accounting, control, management.

Pilipenko A.I.

Scientific adviser: Popova N.I., Ph.D., associate professor

State Educational Institution of Higher Education «Donetsk National University»

E-mail: annapilipenko187@mail.ru

УДК 331.5-053.6

АНАЛИЗ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Подопригора А. В.

*Научный руководитель: Гришина И. В., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе проведен анализ основных методов управления проектами в условиях цифровизации: содержание, сфера применения, их преимущества и недостатки, а также представлена специфика управления командами проекта в условиях цифровизации.

Ключевые слова: методы, цифровизация, управление, проект, управление проектами, команда проекта.

Вступление. В последние годы технологии управления проектами в России получили значительное развитие, связанное как с применением современных подходов в области управления проектами, так и с использованием современных автоматизированных систем управления проектами. Кроме того, настоятельно признается необходимость использования всех возможностей для повышения качества работы, сокращения затрат, сроков, использования организационных методов управления. Методы управления проектами предназначены не только для менеджеров проектов. Вся команда проекта должна понимать их использование, назначение и основные термины.

В последние годы наблюдается стремительный рост использования цифровых технологий, роль которых неуклонно возрастает. Растущая роль информации меняет экономические структуры таким образом, что мы можем говорить о формировании новой экономики – цифровой экономики. Цифровая экономика является результатом широкого использования новых информационных технологий, которые затронули все сектора экономики. Такое положение вещей актуализирует необходимость анализа существующий методов управления проектами в условиях цифровизации.

Анализ современных подходов к проектному управлению рассмотрен в трудах следующих отечественных авторов: И.А. Василенко, А.А. Васильев, Н.С. Гегедюш, Е.В. Масленникова, М.М. Мокеев и других. Вопросами проектного управления в зарубежной практике занимаются Ким Хелдман, Ричард Ньютон, Клиффорд Грей и Эрик Ларсон, Лэйна Фишер, Филип Уикхем, Герд Дитхелм. Однако несмотря на глубину проработки проблемы вышеперечисленными авторами, вопрос остаётся открытым.

Целью статьи является анализ содержания используемых в практике управления проектами в условиях цифровизации методов.

Основная часть. Использование цифровых технологий кардинально меняет способ работы. Кроме того, это позволяет компаниям разрабатывать новые виды продуктов и услуг, которые невозможно было бы разработать без цифровизации. Использование цифровых технологий также вызывает изменения в координации и управлении проектами, что приводит к появлению новых способов работы и сотрудничества в проектных командах [1].

Цифровизация нарушает порядок работы и облегчает вовлечение большего количества людей в процесс. Доступность информации, расширение прав и возможностей сотрудников для участия и изменения в координации - все это влияет на управление проектами. Цифровизация позволяет привлекать новых членов команды и предоставлять им необходимую информацию и ресурсы. В режиме онлайн можно получить доступ не только к информации, но и к собраниям, к которым можно присоединиться из любого места, где есть подключение к Интернету [2].

На сегодняшний день в условиях повсеместной цифровизации используются следующие основные методы управления проектами:

PRINCE2 (Проекты в контролируемых средах) - это метод управления проектами, который обеспечивает необходимость разделения ответственности за проект между советом директоров и менеджером проекта.

Управление проектами в критической цепочке (ССРМ) – метод, предполагающий, что любая проектная группа, использующая ССРМ, начинает с создания первоначального графика проекта. Затем, на основе доступности ресурсов, устанавливается зависимость задач и действий, которые должны быть выполнены, чтобы остальная часть проекта могла быть успешно завершена без каких-либо задержек. Расписание, составленное с использованием этого метода, позволяет размещать свободные временные интервалы между важными задачами, чтобы эффективно соблюдать сроки [3].

Метод критического пути (СРМ) - используется для установления приоритета действий проекта, переназначения ролей в команде, оценки рисков и соответствующего распределения ресурсов. Этот метод помогает командам легко определять этапы, зависимости от задач и сроки выполнения. СРМ помогает команде быстрее выполнять работу, правильно и равномерно распределять ресурсы и вовремя выявлять узкие места, чтобы избежать дальнейших проблем.

Управление реализацией выгод (BRM) - метод, гарантирующий заинтересованным сторонам, что проект достигнет желаемых выгод, то есть проекты завершаются, когда все выгоды достигнуты. Конечной целью остается повышение отдачи от инвестиций на основе стратегии организации [4].

Существует 3 шага, через которые в рамках метода BRM проводится проект:

1. Определение преимуществ: определение и классификация преимуществ бизнеса или проекта и людей, которые будут отвечать за их использование.
2. Управление выгодами: контроль за управлением выгодами, чтобы избежать рисков и найти новые возможности.
3. Устойчивая реализация преимуществ: мониторинг эффективности преимуществ проекта и обеспечение их ценности даже после реализации.

Scrum - метод, используемый для разработки продуктов или программного обеспечения. Процесс управления проектом разделен на мелкие циклы (спринты) – обычно временные рамки в 2 недели. Предполагается проведение ежедневных собраний, во время которых команда анализирует, что они сделали и над чем они будут работать до конца дня.

Канбан - это производственный метод, который был принят ИТ-командами в последние годы. Он фокусируется на непрерывных поставках и способности всей группы эффективно сотрудничать и позволяет лучше организовать рабочий процесс и выявить узкие места до возникновения проблем.

Метод Scrumban характеризуется тем, что планирование выполняется только тогда, когда требуется, а оценки являются необязательными.

Шесть Сигм - это подход и методология для устранения дефектов и улучшения качества процессов и результатов. Его принципы также применяются к управлению проектами и разработке продуктов. Цель состоит в предоставлении эффективных, единообразных и бездефектных конечных продуктов.

Для этого в рамках данной методологии предполагается использование шести отдельных шагов:

Определение: определение требований клиента и целей проекта, назначение членов и руководителей команды, а также определение правил команды.

Измерение: сбор данных о производительности, определение показателей процесса и результатов, а также определение ряда причин и их результатов.

Анализ: оценка и сравнение существующих данных и выявление взаимосвязи между причинами и следствиями.

Совершенствование: постоянная оптимизация процессов и поиск новых решений существующих или возможных проблем.

Контроль: создание долгосрочного плана контроля для контроля всех процессов.

Синергизм: совместное использование результатов команды и приобретенных знаний со всей организацией для их использования в будущих проектах.

Водопад (Waterfall) - это традиционный метод, который разделяет процесс разработки продукта на группы связанных задач, которые необходимо выполнить, прежде чем переходить к следующей группе или фазе. Определение всех этапов до начала разработки продукта помогает минимизировать риски и дальнейшие ошибки.

5 основных фаз, обычно используемых с водопадом, следующие:

1. Требования: выяснение и анализ потребностей клиента и того, что должен делать конечный продукт.

2. Проектирование: выбор правильной технологии и создание макетов продукта и детальной архитектуры.

3. Реализация: решение проблем, внедрение решений и выполнение задач.

4. Проверка (тестирование): определение соответствия продукта установленным требованиям к производительности и проведение проверки качества.

5. Техническое обслуживание: исправление ошибок, чтобы обеспечить простое использование продукта без перерывов [5].

Сфера применения, а также преимущества и недостатки рассмотренных выше методов управления проектами представим в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика методов управления проектами

Метод	Сфера применения	Преимущества	Недостатки
PRINCE2 (Projects In Controlled Environments — проекты в контролируемых средах)	Строительство, архитектура, маркетинг и др.	Лучший контроль над ресурсами и управление рисками; быстрая адаптация к особенностям организации; определенность уровней управления, ролей в команде и распределения ответственности; концентрация на продукте проекта и экономической целесообразности; фиксация опыта и возможность постоянного совершенствования.	Отсутствие четких инструментов для проектной работы и отраслевых практик.
Управление проектами в критической цепочке (ССРМ)	Производство, строительство.	Фокус на сроках проекта; измерение прогресса и установление приоритетов; сосредоточенность на конечной цели.	Необходимость ресурсов, для гарантии решения задач; неоправданные задержки.
Метод критического пути (СРМ)	Производство, наука, строительство, архитектура и др.	Подробное планирование; расстановка приоритетов.	Отсутствие гибкости; неправильный расчёт времени на выполнение задач из-за нехватки опыта.
Управление реализацией выгод (BRM)	Информационные технологии.	Определение всех преимуществ в начале проекта; обеспечение выполнения и оценка всех задач для достижения цели.	Размер инвестиций в проект соизмерим с размером желаемой выгоды.

Scrum	Разработка программного обеспечения.	Возможность быстрого запуска проекта с минимальными вложениями.	Сложности при заключении договоров.
Канбан	Архитектура, строительство и др.	Фокус на способности всей группы эффективно сотрудничать; организация рабочего процесса и выявление затруднений до возникновения проблем.	Невозможность долгосрочного планирования.
Scrumban	Разработка ПО, маркетинга, обслуживания.	Минимизация влияния ошибок на результаты проекта.	Не подходит для большой команды.
Шесть Сигм	Производство, инжиниринг, здравоохранение.	Минимизирует ошибки, до полного прекращения их влияния на проект или его результаты; выявление несоответствий проекта.	Игнорирование возможности снижения времени ожидания.
Водопад (Waterfall)	Производство, строительство.	Предотвращение возникновения рисков; предоставление четких сроков и подробного списка затрат; гибкость на первых этапах работы.	Не подходит для долгосрочных проектов; требует тщательного планирования; не соответствует требованиям современной разработки ПО.

В целом, важно отметить, что цифровизация оказывает широкое влияние на сотрудничество в проектных командах, в том числе и виртуальных. При этом допускается использование ориентированных на время показателей в оценке эффективности виртуальной команды.

Показатель времени представляется более объективным и применимым к любой команде, в том числе и виртуальной. Если члены виртуальной команды смогли ускорить выполнение проекта, то качество организации может быть оценено как высокое. Если члены команды, обладая всеми необходимыми профессиональными компетенциями, выполняют проект дольше, то качество организации работы команды оценивается как низкое.

Материальная мотивация членов виртуальной команды должна быть связана с сокращением времени выполнения проекта. Поскольку психологически люди более позитивно реагируют на увеличение показателей, рекомендуется ввести показатель эффективности временного цикла, увеличение которого отражает процент сокращения времени на выполнение проекта. Рост этого показателя означает, что другие показатели, например, общие производственные затраты, снижаются. Если показатель снижается, то руководству необходимо проанализировать причины и оказать помощь в работе команды.

Цифровизация оказывает влияние и на управленческие инновации, связанные с проектными командами. Очевидно, что сотрудничество должно происходить между различными отделами или членами команды с разными ролями. Это поддерживается множеством инструментов, доступных для проектных команд. Поскольку одна команда имеет дело с одним заказчиком на протяжении всего срока реализации проекта, они должны быть задокументированы и сохранены, чтобы восстановить достигнутый прогресс.

Вывод. Таким образом, в условиях цифровизации организации должны быстро адаптироваться к изменениям во внешней среде. Во многом обеспечить это позволяет использование адекватных ситуации и условиям функционирования компании методов

управления проектами с учетом их преимуществ и недостатков. При этом увеличение темпов изменения внешней среды диктует и новые требования к сотрудникам организации: гибкость, способность быстро обучаться новому, аналитические навыки, умение работать в команде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 422 с.
2. Тихомирова, О. Г. Управление проектами: практикум : учебное пособие / О.Г. Тихомирова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 273 с.
3. Кузнецова, Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 177 с.
4. Павлов, А.Н. Эффективное управление проектами на основе стандарта PMI PMBOKR 6th Edition / А.Н. Павлов. — М. : Лаборатория знаний, 2019. — 273 с.
5. Шкурко, В. Е. Управление рисками проекта : Учебное пособие / В. Е. Шкурко, А. В. Гребенкин. – 2-е изд.. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 182 с.

ANALYSIS OF PROJECT MANAGEMENT METHODS IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Annotation. The paper analyzes the main methods of project management in the conditions of digitalization: content, scope, their advantages and disadvantages, and also presents the specifics of project team management in the conditions of digitalization.

Keywords: methods, digitalization, management, project, project management, project team.

Podoprigora A.V

Scientific adviser: Hryshyna I.V. Ph.D., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
E-mail: missis.podoprigora2015@yandex.ru

УДК 338.431.2

ЦИФРОВИЗАЦИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Подопригора А. В.

*Научный руководитель: Дубель В. М., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики в условиях цифровой экономики. Рассмотрены современные направления внедрения, применения и использования современных цифровых технологий в агропромышленном комплексе.

Ключевые слова: цифровизация, агропромышленный комплекс, поддержка, цифровая экономика, информационные технологии.

Постановка проблемы. Современное развитие информационных технологий позволяет говорить о высоких темпах развития производительных сил, что, безусловно, составляет основу концепции перехода от информационной стадии общественного развития к неоиндустриальной. Цифровые технологии все активнее проникают во все сферы жизнедеятельности человека, в том числе и в сельское хозяйство.

Данная тема актуальна, так как достаточно продолжительное время сельское хозяйство характеризовалось определенным консерватизмом и не отличалось значительными капиталовложениями, особенно в инновационные технологии. Это связано с большими рисками в отрасли. Вместе с тем, цифровизация может привести к переходу отраслей агропромышленного комплекса на путь интенсивного развития, что резко повысит показатели эффективности и производительности труда.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием цифровизации агропромышленного комплекса занимались многие исследователи, такие как: А. В. Половян, Р. Н. Лепа, А. А. Крамаренко, Н. Н. Рябчикова, С. Б. Онивцев и др.

Основная часть. В современном мире процесс автоматизации уже давно стал обыденностью. Люди все больше приспосабливаются к жизни, где доминирует искусственный интеллект. В экономике процессы автоматизации и информатизации перешли в стадию цифровизации. Те отрасли народного хозяйства, где процессы цифровизации внедряются менее интенсивно, сдерживают развитие процесса цифрового развития в целом. Важным условием современного развития агропромышленного комплекса, соответствующего актуальным вопросам и проблемам, является активное внедрение новейших цифровых технологий.

Цифровизация – это процесс модернизации человеческой цивилизации за счёт внедрения цифровых технологий во все сферы жизни общества.

Цифровизация АПК – это важный элемент развития и выживания отрасли. Цифровизация дает возможность усилить свои ключевые компетенции, повысить эффективность управления во всех функциональных областях (производство, маркетинг, финансы, логистика и т. д.), а также наладить эффективное управление рисками.

Сельское хозяйство многие годы было обособленной, консервативной сферой. Цифровые технологии все больше проникают во все сферы сельского хозяйства. Совсем недавно фермеры начали использовать цифровые технологии для мониторинга посевов, домашнего скота и различных элементов сельскохозяйственного процесса. Одним из наиболее перспективных направлений повышения эффективности управления сельскохозяйственным производством является использование информационных систем на основе геоинформационных технологий.

Максимальное использование инновационных технологий необходимо агробизнесу для достижения роста прибыльности. Безоговорочными лидерами станут те предприятия отрасли, которые в ближайшем будущем смогут объединить свой бизнес в единую систему на базе цифровой платформы.

Степень развития индустриализации и повсеместное внедрение новых технологий беспрекословно ведут к переходу мира в новую цифровую эпоху. С внедрением новых технологий в агропромышленный комплекс могут возникнуть следующие проблемы, которые требуют детального изучения и осмысления (рис 1).

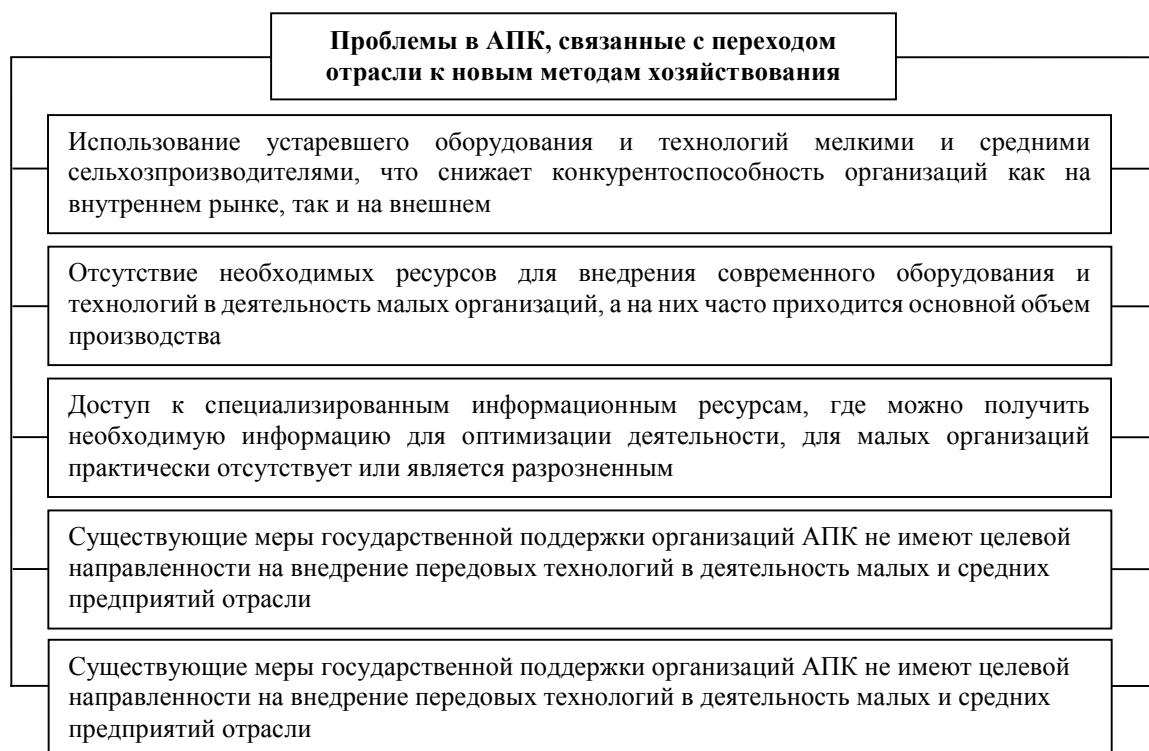


Рисунок 1. Проблемы в АПК, связанные с переходом отрасли к новым методам хозяйствования [1]

Развитие цифровой экономики приводит к тому, что экономика становится сетевой системой, состоящей из активных взаимодействий различных структур.

Евразийская экономическая комиссия определила основные направления инновационного развития организаций АПК [2]:

1. Цифровая база (цифровая база данных для поддержки решений АПК);
2. Big Data и аналитика (платформы для аналитики по всем вертикалям АПК, включая анализ климатических рисков, прогнозирование урожайности и т.д.);
3. Новые производственные технологии (умная техника, внедрение роботизированного оборудования с аналитикой, специализированные приложения для орошения и т.д.);
4. Цифровизация продаж (отслеживание продукции от «фермера к столу» на основе блокчейн, электронные биржи для реализации сельхозпродукции и т.д).

Можно выделить наиболее востребованные цифровые технологии в АПК:

- мониторинг состояния сельскохозяйственных культур;
- мониторинг и прогнозирование производительности;
- выявление болезней, обнаружение вредителей;
- мониторинг почвы;

–программные платформы управления.

Использование элементов цифровой экономики поможет достичь в агропромышленном комплексе следующих преимуществ (рис 2).

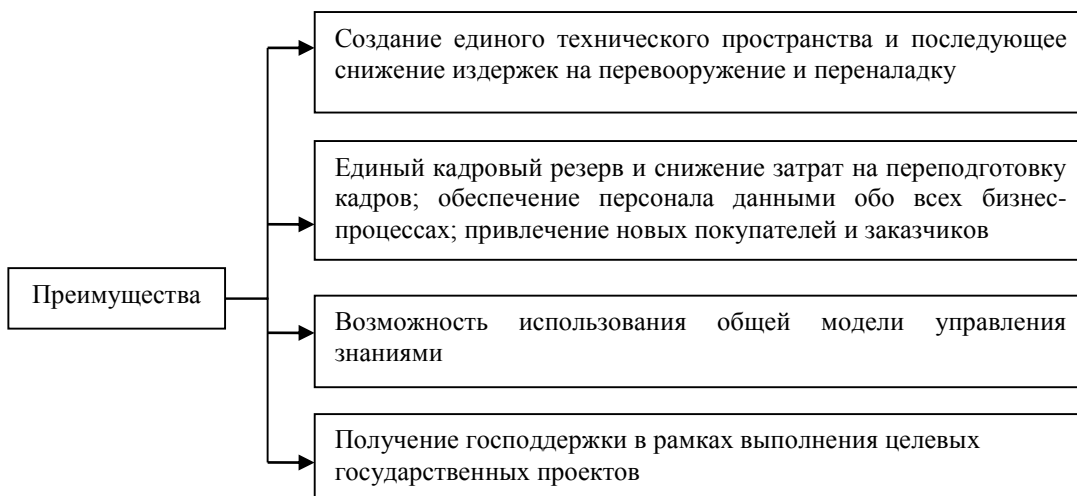


Рисунок 2. Преимущества использования элементов цифровой экономики для агропромышленного комплекса

Вышеуказанные преимущества цифровизации для агропромышленных кластеров подтверждают необходимость соответствующих институциональных изменений для ускорения процессов цифровой трансформации в агропромышленном комплексе.

В Донецкой Народной Республике использование новейших цифровых технологий в агропромышленном секторе находится на низком уровне. Данная ситуация обусловлена продолжительным военным конфликтом.

На сегодняшний день с целью развития агропромышленного комплекса разработан и реализуется ряд мероприятий способствующих повышению эффективности деятельности отрасли. В долгосрочной перспективе такой план развития должен включать в себя такие основные инструменты цифровизации [3]:

1. Компьютеры, специализированная техника и программное обеспечение – сбор, анализ, передача информации о деятельности агропредприятий.

2. Спутники – объективные и оперативные погодные данные, контроль за сельскохозяйственными угодьями, дистанционное зондирование.

3. Сенсорные сети – информация в реальном времени, лучшее количество и качество данных, высокое качество принятия решений.

4. Cloud-технологии хранения данных и аналитика – точное земледелие, действенные знания.

5. Технологии дополненной и виртуальной реальности – создание компьютерной симуляции реальности (проект использования земель с/х назначения, моделирование предприятий промышленности).

6. Телекоммуникации – передача и обмен опытом, консультативные услуги, коммуникации, создания сообществ и кооперация.

Все большую популярность в цифровой экономике набирает такая технология как цифровая платформа. Такая платформа является прорывной технологией, которая отражает в себе всю информацию, процессы, происходящие в отрасли.

Внедрение такой технологии приведет отрасль на качественно новый уровень, своей открытостью в информации, сделает ее более привлекательной для дальнейшего инвестирования.

Цифровая платформа агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики должна основываться на отраслевой структуре отрасли, т.е. они будут составлять ее составные части (рис. 3).



Рис. 3. Структура цифровой платформы АПК

Субплатформа «Земля и обеспечение»

Главное богатство Республики и основа агропромышленного комплекса – земельные ресурсы, а земельный рынок обеспечивает рациональное использование этого ресурса. Для более предметного понимания предлагается разработка виртуальной карты земель сельскохозяйственного назначения, которая позволит осуществить мониторинг сельскохозяйственных угодий на основе спутниковых снимков высокого пространственного разрешения, автоматический сбор и обработку данных полевых съемок сельскохозяйственных угодий, объединение всех собранных данных в единую базу данных.

Земельный рынок можно сделать более эффективным, создав специализированный подраздел, который свяжет владельцев прав на землю и покупателей этих прав без посредников [4].

Состояние и плодородие земель определяется химико-физическим составом почв, а также системой агрохимического содержания и мелиорации. Информационная база мониторинга состояния почвы состоит из агрохимических карт и карт внесения удобрений. Организация агрохимического обслуживания, поставщики агрохимикатов могут быть связаны с владельцами земельных участков благодаря специализированной специальной платформе.

Субплатформа «Сельское хозяйство»

Данный элемент занимает центральное место в цифровой платформе агропромышленного комплекса. Здесь следует сделать деление на подразделы «Растениеводство» и «Животноводство».

В подразделе «Растениеводство» могут быть использованы сквозные технологии: большие данные для изучения истории угодий; искусственный интеллект для построения экспертных систем; компоненты робототехники и датчики для управления сельхозтехникой и контроля расхода топлива; технологии беспроводной связи; технологии виртуальной и дополненной реальности для маркировки семян и средств защиты растений.

В подразделе «Животноводство» могут быть использованы сквозные технологии и большие данные для ведения учета сельскохозяйственных животных, болезней и ветеринарных служб. Искусственный интеллект и роботизированные системы могут использоваться для управления стадом на пастбищах и в автоматизированных доильных системах. Технологии дополненной реальности можно эффективно использовать для индивидуального ветеринарного ухода, кормления и доения в беспривязных стойлах для скота.

Субплатформа «Продовольствие и торговля»

Предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности являются непосредственными участниками субплатформы «Сельское хозяйство» как покупатели сельскохозяйственной продукции. С другой стороны, они являются поставщиками и продавцами продуктов их переработки. Покупателями на продовольственных рынках являются предприятия оптовой и розничной торговли, торговые сети.

Создание субплатформы «Переработка и торговля» позволит в перспективе связать перерабатывающие предприятия непосредственно с сетями и магазинами розничной торговли, значительно сократив долю дистрибьюторов и посредников.

Субплатформа для консультационных услуг и обращения населения

В рамках реализации каждой из предложенных субплатформ используется многообразные приложения и системы. Однако в процессе их использования у потребителей могут возникнуть специфические вопросы, решение которых возможно только благодаря непосредственному общению с квалифицированными специалистами.

В качестве консультантов могут быть привлечены сотрудники или компетентные люди по данному предприятию или отрасли в целом.

Нуждающийся в консультации потребитель должен пройти регистрацию на специализированной платформе, где он получает доступ к консультациям специалистов.

Можно сделать вывод, что цифровая субплатформа АПК это перспективное внедрение, которое объединит в себе производителей и потребителей товаров и услуг. Такая технология даст дополнительный экономический эффект от более эффективного расходования ресурсов, снижения себестоимости и роста производства.

Цифровое сельское хозяйство, основанное на современных методах производства продуктов питания с использованием новейших технологий, способно повысить производительность труда и снизить себестоимость продукции.

В условиях сложившейся экономической ситуации в Донецкой Народной Республике, непрекращающегося военного конфликта и нехватки бюджетных финансовых средств у агропромышленных предприятий, необходимо объединение их усилий развития и использования цифровых технологий.

Учитывая все проблемы, необходимо разработать комплекс мероприятий, которые будут способствовать цифровизации АПК:

- обеспечение всей территории Республики стабильным интернетом и телефонной связью;
- предоставление информации для пользователей;
- формирование и внедрение высокотехнологичных программ, способствующих автоматизации и систематизации информации;

– создание цифровой платформы для реализации сельскохозяйственной продукции, произведенной в отрасли.

Таким образом, реализация программы общей цифровизации в сельском хозяйстве имеет большие перспективы, но содержит на сегодняшний день достаточно много ограничений и требует особого внимательного подхода со стороны государственных институтов.

Выводы. Агропромышленный комплекс на данный момент является наименее подготовленной сферой экономики относительно внедрения инноваций и цифровизации.

Внедрение цифровизации в агропромышленный комплекс будет способствовать обеспечению продовольственной безопасности, снижению себестоимости сельскохозяйственной продукции, а также повышению конкурентоспособности страны на мировом рынке продовольствия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рябчикова, Н. Н. Особенности формирования и развития агропромышленных кластеров в условиях цифровой экономики / Н.Н. Рябчикова // Креативная экономика. – 2020. – Том 14. – № 12. – С. 3351-3366.
2. Евразийская экономическая комиссия. Цифровизация – ключевой фактор развития АПК. 2018 // URL: <http://www.eurasiancommission.org>
3. Кошелева, Е. Г. Направления цифровизации сельского хозяйства Донецкой народной Республики / Е. Г. Кошелева, Л. Н. Леонтьева // Актуальные проблемы государственного и муниципального управления: теоретико-методологические и прикладные аспекты : Материалы Международного круглого стола в рамках VII Международного научного форума Донецкой Народной Республики "Инновационные перспективы Донбасса: инфраструктурное и социально-экономическое развитие", Донецк, 18 мая 2021 года / Под общей редакцией С. В. Беспаловой. – Донецк: Донецкий национальный университет, 2021. – С. 94-96.
4. Огневцев, С. Б. Концепция цифровой платформы агропромышленного комплекса / С.Б. Огневцев // МСХ. 2018. №2. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-tsifrovoy-platformy-agropromyshlennogo-kompleksa>

DIGITALIZATION OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

Abstract. The article considers the problems and prospects of development of the agro-industrial complex of the Donetsk People's Republic in the digital economy. The modern directions of implementation, application and use of modern digital technologies in the agro-industrial complex are considered.

Keywords: digitalization, agro-industrial complex, support, digital economy, information technology.

Podoprigora A. V.

Scientific adviser: Dubel V.M., Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: anneta.podoprigora@mail.ru

УДК 331.5-053.6

ПРИМЕНЕНИЕ МАТРИЦЫ ADL НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ*Помогаева В.А.**Научный руководитель: Харченко В.А., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДонНУ»*

Аннотация. В данной работе рассматривается матрица ADL, как инструмент стратегического управления компанией на примере частного предприятия. Выбранное предприятие занимается своей деятельностью на территории ДНР. Основное направление – услуги фотографа в определенных точках республики и мгновенная печать фото и фото-магнитов. В ходе исследования выявлена сущность предложенной для рассмотрения матрицы, а также правильные направления для стратегических управленческих решений компании.

Ключевые слова: матрица ADL, конкурентоспособность, устойчивость на рынке.

Вступление. Эффективность деятельности любого предприятия основывается на умении четкого, объективного и своевременного анализа собственных бизнес-проектов. Совокупность бизнес-проектов предприятия формирует его бизнес-портфель. Одним из способов реализации задачи соответствующей оценки бизнес-проектов является применение модели ADL. Для того чтобы создать хорошую бизнес-стратегию, необходимо оценить состояние и потенциал индустрии, осознать, как компания будет вписываться в нее, а затем придумать лучший способ для её продвижения.

Основная часть. В основу матрицы заложена концепция жизненного цикла, согласно каждой стадии которого и должны разрабатываться стратегии.

Процесс стратегического планирования выполняется в три этапа. На первом этапе, который называется «простой (естественный) выбор», стратегия для вида бизнеса определяется в соответствии с его позицией в матрице. На втором этапе, в рамках каждого естественного выбора, сама точечная позиция вида бизнеса определяет характер специфического выбора. На третьем этапе осуществляется выбор уточненной стратегии. Выбор такой стратегии — это шаг от стратегического к оперативному планированию. ADL предлагает набор из 24 уточненных стратегий, соответствующих каждому специфическому выбору [1].

В данной статье мы построим матрицу на примере частного предприятия, которое предоставляет услуги фотографа и печать фото и фото-магнитов.

Степень зрелости отрасли, рынка, сегмента

№	Вопрос	Степень зрелости отрасли, рынка, сегмента			
		Стадия зарождения	Стадия роста	Стадия зрелости	Стадия старения
Пример:	Пример. Как быстро растет Ваш рынок?	стремительно	умеренно	не растет, стагнирует	падает
		0	1	0	0
НАЧИНАЕМ ОЦЕНКУ ЗРЕЛОСТИ РЫНКА					
1	Как быстро растет рынок, на котором оперирует Ваша компания?	стремительно	умеренно	не растет, стагнирует	падает
		0	1	0	0
2	Насколько высок	очень высокий, рынок только формируется	умеренно-высокий	незначительный, практически достиг максимума	потенциала нет, рынок достиг

	потенциал рынка?				своего максимума
		0	1	0	0
3	Какова пенетрация товара или услуги среди целевой аудитории? (% потребления товара или услуги среди населения)	очень маленькая, только формируется	стремительно увеличивается с каждым годом	практически вся аудитория пользуется товаром или услугой	пользуются все, или наблюдается спад интереса к категории
		1	0	0	0
4	Оцените уровень конкуренции на рынке?	низкий: 1-3 игрока, практически не конкурируют друг с другом	растущий: количество конкурентов постоянно растет, конкурентное окружение рынка постоянно меняется	устоявшийся: количество игроков практически не растет, конкурентная карта рынка сформирована и практически не изменяется	количество игроков не растет, даже снижается
		1	0	0	0
5	Уровень инвестиций в рынок увеличивается или уменьшается?	растет стремительно	растет умеренно	постоянен	снижается
		0	1	0	0
6	Оцените уровень цен на рынке?	завышен, компании получают сверхприбыль	снижается за счет новых игроков, угроза ценовых войн	уровень цен сформирован и практически не изменяется. Каждый конкурент занимает свою устойчивую ценовую нишу	стабилен или снижается
		0	0	1	0
Итоговый балл		2	3	1	0

Для стабильных результатов берется время деятельности компании с 2019 г. по февраль 2022 года.

По таблице можно сделать вывод, что услуги фотографа в определенных точках ДНР и мгновенная печать сделанных фотографий только начинает зарождаться. За счёт того, что данный сегмент рынка требует значительных вложений и навыков (обучение, аппаратура, материалы, аренда места, правильный выбор места и стратегии), уровень конкуренции низок. Периодически аппаратуру требуется обновлять или ремонтировать, повышать навык для улучшения качества услуги, однако постоянных затрат требуют только материалы, кол-во которых зависит от спроса на данную услугу.

Следующий шаг в матрице ADL – определение устойчивости позиции на рынке.

Устойчивость позиции в отрасли, конкурентоспособность

Исследовав устойчивость позиции в отрасли, можно сказать о том, что компания является лидером в отрасли по объему продаж, продажи устойчивые. Услуга компании обладает высокими потребительскими качествами, имеет свои уникальные свойства, которые ценятся аудиторией. У компании наблюдается минимальный риск переключения на конкурентов даже в условиях снижения цен, сильные конкуренты отсутствуют.

По оси X в матрице ADL находятся уровни зрелости отрасли, рынка, сегмента. Они представляют собой стадию зарождения, стадию роста, стадию зрелости и стадию старения. Прежде чем перейти к выбору стадии предложенной компании и стратегий, которые предлагает матрица, рассмотрим каждую стадию отдельно.

Первая стадия – стадия зарождения. Характеристики стадии зарождения включают в себя медленный рост и высокие цены, потому что потребители, как правило, незнакомы с продуктом и объемы производства еще не достаточны для достижения значимого эффекта масштаба.

Увеличение осведомленности о продукте и развитие каналов сбыта являются ключевыми стратегическими инициативами компаний на этой стадии.

Также на этой стадии обычно требуются существенные инвестиции, и очень высок риск провала. Большинство компаний-стартапов не добиваются успеха.

Следующая стадия – стадия роста. Отрасль на стадии роста, как правило, характеризуется быстро растущим спросом, повышением рентабельности, падением цен, а также низкой конкуренцией между компаниями в отрасли.

Характеристики:

- Быстро возрастающий спрос
- Повышение рентабельности
- Падение цен
- Низкая конкуренция

Спрос подпитывается новыми клиентами, приходящими на рынок, и цены падают за счет экономии на масштабе и развиваются каналы сбыта.

Угроза появления новых конкурентов обычно наиболее высока именно на стадии роста, поскольку барьеры для входа относительно низки.

Конкуренция, как правило, относительно ограниченная, однако, это связано с тем, что быстро растущий спрос дает компаниям возможность расти, не отнимая доли рынка у конкурентов.

Рентабельность отрасли улучшается по мере роста объемов производства и экономии на масштабе.

Характеристики отрасли на стадии зрелости включают незначительный или отсутствующий рост, консолидацию отрасли и относительно высокие барьеры для входа.

Рост отрасли, как правило, ограничивается замещением спроса и ростом населения (т.е. ростом популяции потребителей), поскольку рынок на данном этапе полностью насыщен.

Характеристики:

- Слабый или отсутствующий рост
- Консолидация отрасли
- Высокие барьеры для входа

В результате вытеснения мелких конкурентов, зрелые отрасли часто консолидируются и становятся олигополиями. Выжившие компании обычно обладают лояльностью бренду и относительно эффективными структурами затрат, и оба этих фактора являются значительными барьерами для входа.

В периоды стабильного спроса компании в зрелых отраслях обычно признают взаимозависимость и пытаются избежать ценовых войн. Тем не менее, ценовые войны

периодически происходят, как правило, в периоды снижения спроса (например, во время экономических спадов).

Компании с превосходными продуктами или услугами могут захватить долю рынка и добиться роста и рентабельности выше среднего уровня.

Во время стадии старения рост отрасли становится отрицательным, увеличивается избыточная емкость и усиливается конкуренция.

Характеристики:

- Отрицательный рост
- Избыточная емкость
- Высокая конкуренция

На данной стадии спрос в отрасли может снижаться по разным причинам, включая технологическое замещение, социальные изменения и глобальную конкуренцию.

По мере снижения спроса, в отрасли формируется избыточная емкость и компании реагируют снижением цен, что часто приводит к ценовым войнам. Более слабые компании часто покидают отрасль в этот момент, объединяются или перераспределяют капитал в другие продукты и услуги.

Когда общий спрос на продукцию или услуги отрасли снижается, возможность заработать доходность инвестированного капитала (ROIC) выше среднего, как правило, становится меньше, чем во время стабильного или растущего спроса, что вызвано снижением цен и более высокими затратами при одновременном сокращении производства.

Теперь, когда ось X в матрице ADL рассмотрена, можно перейти к оси Y, которая показывает конкурентные позиции в отрасли. Рассмотрим каждую из них.

Доминирующая. Только один представитель бизнеса, если такой вообще есть, может занимать данную позицию в отрасли. Позиция часто является результатом квазимонополии или сильно защищенного технологического лидерства. Такой представитель бизнеса устанавливает стандарт для отрасли и контролирует поведение других конкурентов. Ведущий бизнес имеет широкий выбор стратегических вариантов, которыми он может воспользоваться по собственному усмотрению.

Сильная. Сильный вид бизнеса обычно сам выбирает стратегии независимо от поведения своих конкурентов и имеет определенные преимущества перед ними. Относительная доля на рынке в 1.5 раза больше, чем для самого крупного ближайшего конкурента, но абсолютного преимущества у такого вида бизнеса нет.

Благоприятная. Этот вид бизнеса имеет определенные особенности и преимущества. Это, как правило, один из лидеров в слабо концентрированных отраслях, где все конкуренты находятся примерно на одном уровне и ни один из них не доминирует. Если у него есть своя ниша, то этот вид бизнеса находится в относительной безопасности от конкурентов, и обычно ему удастся вскоре значительно улучшить свое конкурентное положение.

Прочная. В этой позиции вид бизнеса добивается прибыли, специализируясь в узкой и относительно защищенной нише, будь то специализация на небольшой части большого рынка или на определенном подтипе продукции. Прочный бизнес может долго сохранять такое положение, но практически не имеет шансов улучшить его.

Слабая. Данная позиция может означать, что вид бизнеса имеет ряд критически слабых сторон, мешающих ему в конечном счете стать центром генерации прибыли для организации. Слабость может объясняться самим видом бизнеса (он может быть слишком маленьким или могут отсутствовать важные ресурсы для его поддержания) или ошибками, допущенными в прошлом при его развитии. В любом случае такой бизнес не может выжить самостоятельно в условиях сложившейся в отрасли конкуренции [2].

В соответствии с таблицами далее можно выбрать одну из предложенных стратегий в качестве отправной точки стратегического планирования.

По итогам таблиц, можно сделать вывод о том, что выбранное для исследования предприятие, находится на стадии роста. Конкурентные позиции компании можно отнести к доминирующей, сильной и благоприятной.

Предложенные стратегии по результату:

- Стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли.
- Цели по росту продаж: удерживать рост немного выше или равным росту рынка.
- Конкурентные преимущества: разрабатывать инновации.
- Уровень инвестиций: соответствует росту компании, только на поддержание темпа роста.
- Стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли.
- Цели по росту продаж: удерживать рост немного выше или равным росту рынка
- Конкурентные преимущества: укреплять существующие качества товара или услуги.
- Средний уровень инвестиций; сохранять только те инвестиции, которые напрямую приведут к росту рынка (в кратко-среднесрочном периоде).
- Стратегия выжидания. Ждать благоприятной ситуации для быстрого захвата доли рынка.
- Цели по росту продаж: равный росту рынка.
- Конкурентные преимущества: укреплять существующие качества товара или услуги.
- Выборочное инвестирование, только в проекты, способные значимо улучшить конкурентное преимущество компании в отрасли.

Выводы. При использовании матрицы главное понимать, что она представляет собой инструмент оценки положения, а не универсальное решение. Она предоставляет возможность систематизированного обобщенного взгляда на положении компании, помогает начать думать стратегически. Остальное должны сделать Вы, наложив на получившееся направление свои экспертные инсайдерские знания отрасли и Вашего товара.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хейг, П. Управленческие концепции и бизнес-модели: полное руководство / Пол Хейг ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблицер, 2019. - 370 с.
2. Ефремов, В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования : Учебное пособие Серия: Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом. – Москва: Издательство: Финпресс, 2015. – 192 с.

APPLICATION OF THE ADL MATRIX ON THE EXAMPLE OF AN ENTERPRISE

Annotation. In this paper, the ADL matrix is considered as a tool for the strategic management of a company using the example of a private enterprise. The selected enterprise is engaged in its activities on the territory of the DPR. The main direction is the services of a photographer in certain points of the republic and instant printing of photos and photo magnets. The study revealed the essence of the matrix proposed for consideration, as well as the right directions for the strategic management decisions of the company.

Key words: ADL matrix, competitiveness, market stability.

Pomogaeva V.A.

Scientific adviser: Kharchenko V.A., Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: v.pomogaeva00@mail.ru

УДК 331.5-053.6

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ

Прохоренко К.Д.

*Научный руководитель: Еропутова О.А., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. Экологизация экономики является целенаправленным процессом, ориентированным на преобразование экономической деятельности с помощью уменьшения негативного воздействия человека на окружающую среду. В данной работе рассматривается сущность и институциональные аспекты экологизации экономики. Также, в работе выделены главные характерные особенности, к которым стоит отнести ориентирование экономической деятельности на рациональное природопользование и переход к ресурсосберегающим отраслям экономики. В результате проведенного исследования выяснено, что началом распространения концепции экологизации экономики принято считать вторую половину XX в., когда со стороны мирового сообщества особое внимание стало уделяться проблемам негативного влияния человека на природу.

Ключевые слова: экологизация экономики, природные ресурсы, «зелёная» экономика, природопользование, устойчивое развитие.

Актуальность. На сегодняшний день взаимосвязь экономики и сохранение природных благ, их противоречия, являются крайне актуальной проблемой для всего человечества. Быстрое развитие различных секторов экономики, среди которых можно отметить нефтяную и угольную промышленность, металлургию, сельскохозяйственное производство, оказывает негативное влияние, как на состояние биосферы, так и на жизнедеятельность человека.

Анализ последних исследований и публикаций. Информационной базой исследования послужили законодательные акты, официальные статистические материалы, а также труды учёных по вопросам экономических взаимоотношений между человеком и природой, таких как Г.Гегель, Ж. Руссо, Ф. Бэкон, Р. Декарт, Н.Ф. Реймерс, Л.Н. Гумилев, Н.Н. Моисеева, С.Н. Глазачева и др.

Цель исследования заключается в определении сущности экологизации экономики и выявлении ее основных особенностей.

Результаты исследования. В мире экология и экономика взаимосвязаны на различных уровнях (от локального до глобального), а также очень зависят друг от друга. Необходимо отметить, что вопросы взаимоотношений между природой и человеком рассматривались многими философами и учеными в периоде исторического развития [4]. С ростом численности населения увеличивалась материальная потребность человечества, которая была должна удовлетворять экономика. Данный факт способствовал дальнейшему развитию и совершенствованию технологий, техники, и науки, это в свою очередь сказалось и на увеличении производственных объёмов. Кроме того, рост экономики и антропогенное воздействие человека стали причинами увеличения загрязнения окружающей среды, выбросов вредных веществ в атмосферу истощения полезных ископаемых.

Рост экономики в XX в. был еще более зависим от развития технологического прогресса, от темпов производства, что подразумевало значительную зависимость от природных ресурсов. Постепенно на первый план в мировом сообществе стали выходить проблемы экологии, так как воздействие на окружающую среду стало многократно превышать возможность восстановления экосистем. В конце двадцатого столетия взаимодействие человека и природы достигло критической отметки: стали интенсивно истощаться возобновляемые ресурсы и активно увеличиваться вредные

производственные отходы [2]. Общество поставили перед выбором: продолжать увеличивать рост производства или принять срочные меры по сохранению окружающей среды.

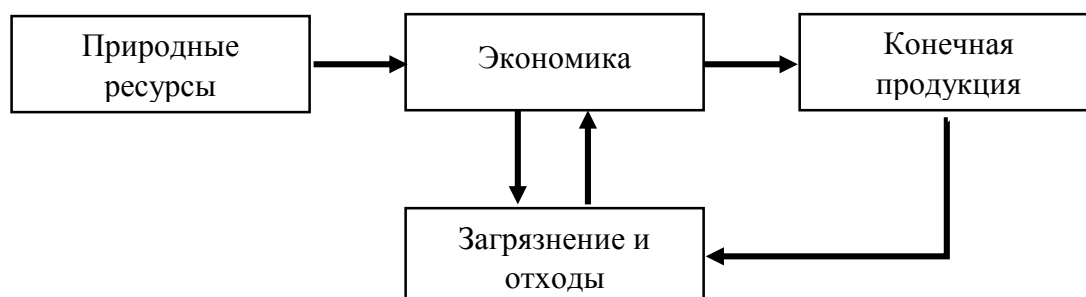


Рис.1. Природно-продуктовая система экологизации экономики и конечных результатов

В Бразилии на второй Международной конференции ООН по окружающей среде в 1992 году в городе Рио-Де-Жанейро была принята «Конвенция устойчивого экономического развития», состоявшая конференция стала совершенно новым подходом, сменившая техногенную экономику. Экологические требования по сохранению окружающей среды, указанные в данном подходе, способствовали улучшению условий для жизни населения [1,3]. Согласно данной концепции, важными задачами являются сохранение возобновляемых ресурсов, а также снижение потребления и темпов роста производства в развитых странах. К числу наиболее значительных условий выполнения указанных задач относятся процессы экологизации экономики.

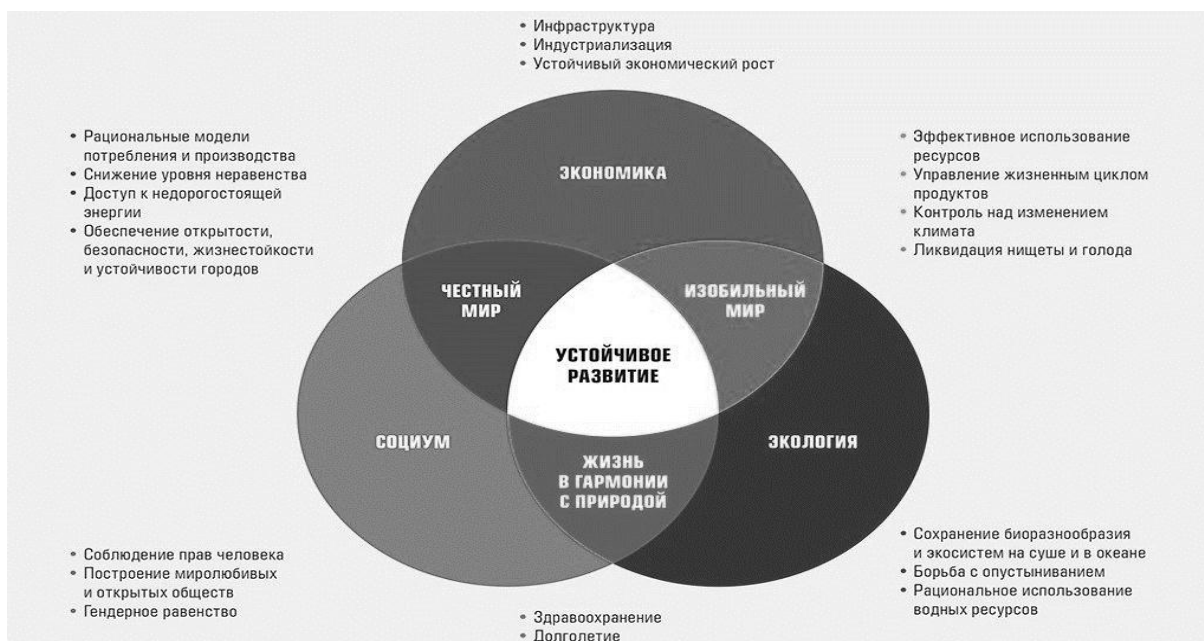


Рис.2. Концепция устойчивого экономического развития

Экологизация экономики – явление многоаспектное, затрагивающее проблемы экономического, производственного и социального характера и являющееся необходимым условием и одновременно главной составной частью экологически сбалансированного развития.

Энергетический кризис 1973-1974 гг. стал отправной точкой для возникновения и развития следующего определения: экологизация современных экономических процессов. Кризис стал главным поводом осознания того, что природа в жизни человечества является значимым аспектом. Следовательно, усилилась значимость государства в сфере экологической политики, которая является главным инструментом для массового использования и распространения экологичных технологий производства, на стимулирование развития мероприятий по охране окружающей среды, на рациональное потребление энергетических ресурсов.

Вышеперечисленные процессы помогают достигнуть следующих поставленных экологических целей:

- снижение антропогенной нагрузки на биосферу;
- уменьшение экономических издержек при добыче природных ресурсов с помощью комплексного подхода;
- переработка отходов производства;
- поддержание природного потенциала;
- организация естественных процессов самовосстановления в природе;
- развитие на предприятиях технологий по безотходному производству;
- внедрение эффективных систем очистки на производстве.

В наше время экологический фактор производства сильно влияет на конкурентоспособность субъектов хозяйствования. Данная ситуация возникла при переориентации значительных объемов современных инвестиций на ресурсосберегающие отрасли экономики.

Экологизация экономики представляет собой одну из самых главных задач современности и в данный момент оказывает заметное влияние на развитие большинства стран. Достижение такого уровня экологизации, при котором экономический рост не оказывает серьезного отрицательного воздействия на биосферу и не разрушает основы благосостояния будущих поколений, является принципиальной и глобальной целью [1]. Можно сказать, что благодаря этому процессу происходит понимание важности природной среды для жизни человека, поэтому понимание контекста данного явления чрезвычайно важно. Помимо того, на основании анализа, проведенного российскими учеными, важно отметить, что в наше время разрушение естественных сред обитания и истощение ресурсов природы представляют большую опасность для всего человечества.

Следует отметить, что на конференции «Рио-92» (Конференция ООН по окружающей среде в 1992 г.) был подписан ряд экологически важных документов: о сохранении биоразнообразия и лесов, а также об изменении климата. Одним из наиболее важных результатов Конференции стало принятие Повестки дня на XXI век (глобального плана действий человечества по достижению устойчивого развития).

В 2002 г. Всемирный саммит по устойчивому развитию проходил в Йоханнесбурге с 26 августа по 4 сентября. Подготовка к Саммиту велась как на региональном уровне, так и в глобальном масштабе. Правительства стран подтвердили свою приверженность к устойчивому развитию и определили наиболее важные задачи для его достижения: изменение моделей производства и потребления, искоренение бедности, рациональное использование благ природы в интересах социально-экономического развития.

В процессе глобального сотрудничества «Рио» также активно участвовали страны БРИКС. Это сотрудничество поможет странам-участницам решить экологические, социальные и экономические проблемы.



Рис.3. Концепция экологизации экономики России

Благодаря присоединению Российской Федерации к Декларации стран БРИКС о соблюдении принципов «зеленой» экономики, а также принятию на Генеральной Ассамблее ООН Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года и 17 целям, среди которых можно выделить ответственное потребление, а также развитие инноваций и инфраструктуры, научный интерес к возможностям трансформации российской экономики под влиянием мировых тенденций в области природопользования. Основными нормативными правовыми актами, регулирующими развитие "зеленой" экономики, являются:

1. Концепция перехода Российской Федерации к устойчивому развитию, утверждена Указом Президента от 1 апреля 1996 г., а в 1997 г. на заседании правительства одобрена Государственная стратегия устойчивого развития Российской Федерации [5].

2. Указ Президента РФ от 4 июня 2008 г. № 889 «О некоторых мерах по повышению энергетической и экологической эффективности российской экономики» [6].

3. Указ Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [7].

Выше представленные нормативно-правовые акты регламентируют принятие следующего комплекса мер:

- энергетическое и экологическое повышение эффективности секторов экономики;
- обеспечение перехода к общим принципам допустимых стандартов и нормативов использования природных ресурсов;
- создание интегрированной системы обращения с ТКО;
- ликвидация мусорных свалок и полигонов отходов;
- рекультивация растительного покрова территорий;
- создание условий для качественной переработки отходов на предприятиях;
- запрет на утилизацию отходов с помощью захоронения;
- внедрение системного порядка экологического и технического регулирования;
- реконструкция систем водоснабжения;
- поддержание биоразнообразия лесов;
- увеличение природоохранных территорий;
- реинтродукция животных, относящихся к редким видам;
- создание экологического туризма и поддержка его развития на государственном уровне.

В этих документах также говорится, что если следовать и руководствоваться рекомендациям и принципам, описанными в резолюциях Конференции ООН, то в России

возникает необходимость и возможность последовательного перехода к устойчивому развитию, которое обеспечит урегулирование социально-экономических проблем, сохранение природно-ресурсного потенциала окружающей среды и обеспечит благоприятную жизнь населению.

На основании выше представленных принципов, главными задачами перехода России к устойчивому развитию следует:

– совершенствование действующего законодательства за счет создания правовой базы для перехода к устойчивому развитию;

– оценка экономического потенциала и определение допустимого техногенного воздействия на окружающую среду;

– создание надлежущей системы образования и профессиональной подготовки.

В сложившейся ситуации требуется соблюдение принципов управления экологизацией экономики, в числе которых необходимо выделить:

–эколого-экономический реализм, исходной предпосылкой которого служит представление о неизбежности ограничения преобразования природы в ходе хозяйственной деятельности;

–учет «стартовых» условий, определяющих уровень кризисности экологической обстановки (уровень загрязнения, состояние здоровья населения и др.) на территории, где расположен субъект хозяйствования;

–инфраструктурная и институциональная обеспеченность как база экологически ориентированной предпринимательской деятельности;

–превентивность, предусматривающая перенос тяжести в регулировании на начальные этапы научно-производственного цикла;

–альтернативность, предполагающая разработку нескольких вариантов решения проблем;

–экоинновационность разрабатываемых и реализуемых проектов и программ в зависимости от приоритетов развития, ресурсного обеспечения, экологической емкости территории и ряда других факторов.

С 2019 по 2024 год в России был создан национальный экологический проект под названием «Экология». Председателем Российского экологического общества является Исмаилов Рашид Айдынович. Этот проект был создан для улучшения экологической обстановки в стране, повышения влияния и контроля государственной экологической политики, а также для улучшения качества жизни населения.

На данном этапе национальный проект включает 9 программ:

1. Чистая страна;

2. Оздоровление Волги;

3. Сохранение озера Байкал;

4. Сохранение уникальных водных объектов;

5. Чистый воздух;

6. Сохранение лесов;

7. Формирование комплексной системы обращения с твердыми коммунальными отходами;

8. Сохранение биологического разнообразия и развития экологического туризма;

9. Организация обращения с отходами 1 и 2 класса опасности.

Также в проект «Экология» был внесен ещё один федеральный проект «Экомониторинг». Он основан на запуске информационной системы, которая должна собирать данные о контроле вредных сбросов и выбросов, тщательно контролировать состояние вредных отходов и уменьшить антропогенную нагрузку на экосистему.

В рамках реализации экологической государственной политики происходит последовательная трансформация целей и задач, поэтому вокруг национального проекта формируются дополнительные направления. Например, федеральный проект "Экономика замкнутого цикла". Он направлен на участие в экономическом обороте вторичных материальных ресурсов. По сути, федеральный проект является продолжением проекта "Создание комплексной системы обращения с ТКО», в рамках которого перерабатываются, сортируются и производятся новые материалы, которые затем повторно используются в экономике страны. Кроме того, создается новая нормативно-правовая база.

Выводы. Таким образом, проведенный анализ показал, что экологизацию экономики можно охарактеризовать как сложное и многоаспектное явление, которое затрагивает проблемы экономического, экологического, социального характера, а также является одной из важнейших задач современности и в настоящее время приобретает все большее значение для развития любого государства. Решение этих проблем как в России, так и за рубежом будет способствовать «озеленению» экономики, заключающемуся в проведении государственной экологической политики, основанной на принципах «зеленой» экономики; обеспечение экологически ответственного поведения предприятий. Это позволит перейти к модели устойчивого развития, которая обеспечивает непрерывные темпы роста производства. Именно эта модель, основанная на принципах социальной и эколого-экономической ответственности, имеет значительный потенциал для социального и экономического развития субъектов РФ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вержицкий, Д. Г. Экологический сектор экономики и его роль в процессах экологизации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 12. – С. 1096-1100.
2. Егорова, М. С., Глик, П. А. Экологизация экономики и «зелёный рост» // Успехи современного естествознания. – 2014. – № 11. – С. 77-80
3. Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию (принята Конференцией ООН по охране окружающей среды и развитию Рио-Де-Жанейро, 3–14 июня 1992 г) // Организация Объединенных Наций: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml
4. Ситак, Л. А. Развитие представлений о взаимодействии человека с природой // Социально-гуманитарные знания. – 2016. – № 3. – С. 70-76
5. Указ Президента РФ от 01.04.1996 №440 «О концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» // <http://www.kremlin.ru/acts/bank/9120>
6. Указ Президента РФ от 04.06.2008 №889 «О некоторых мерах по повышению энергетической и экологической эффективности российской экономики»// <http://www.kremlin.ru/acts/bank/27565>
7. Указ Президента РФ от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»// <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027>

THE ESSENCE AND FEATURES OF ECOLOGIZATION OF THE ECONOMY IN RUSSIA

Annotation. In this paper, youth unemployment is considered as one of the components of the socio-economic problems of the Russian Federation. The main causes of youth unemployment are identified, and methods that would help graduates of educational institutions to occupy their niche in the labor market are presented.

Keywords: labor market, youth unemployment, educational institutions, employers, macroeconomics.

Prohorenko K.D.

Scientific adviser: Eroputova O.A., PhD in Economics, Associate Professor

Donetsk National University

E-mail: ksenya.2002.03@mail.com

УДК 338

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ГП «ТЕЛЕРАДИОКОМПАНИЯ «ОПЛОТ ТВ»

Псарёва А.Э, Ляшенко А.А.

*Научный руководитель: Кравец Е.О., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе проведен анализ и дана оценка конкурентоспособности ГП ТРК «Оплот ТВ». Рассмотрены основные конкуренты компании и проведена оценка их по выбранным критериям на основе матрицы попарных сравнений. Предложен комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности на примере выбранного предприятия. Представлен прогнозируемый результат от мероприятий по повышению конкурентоспособности ГП «Телерадиокомпания «Оплот ТВ»

Ключевые слова: конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности предприятия, конкурентный потенциал, экономическая эффективность.

Введение. На сегодняшний день конкурентоспособность является одной из важнейших характеристик, используемых для анализа экономической ситуации, как для отдельного предприятия, так и для экономики страны [1]. Научная новизна работы заключается в разработке комплекса теоретических и практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности телерадиокомпаний.

Методы и организация исследования. В работе были использован матричный метод и методы, основанные на комплексном подходе к оценке.

Анализ конкурентов проводится на основе оценки конкурентоспособности предприятия с помощью метода расстановки приоритетов. Метод заключается в рассмотрении основных конкурентов компании и оценки их по выбранным критериям [2]. Таким образом, были проанализированы следующие компании: 1) ТК «Первый республиканский»; 2) ТК «Юнион»; 3) ТРК «Оплот ТВ».

На основе матрицы попарных сравнений, с точки зрения приоритетности для потребителей, были определены весовые коэффициенты данных характеристик (таблица 1).

Таблица 1

Матрица попарных сравнений [3]

№ п/п	Критерии конкурентоспособности	Оплот ТВ	Первый республиканский	Юнион	Вес, %
1	Диапазон информационных программ	8,5	6,5	8	10%
2	Качество медиапродукта	8	6,5	7,5	10%
3	Транслирующая платформа	8,2	6,8	9	10%
4	Охват территории вещание	9,5	9,5	9,5	20%
5	Финансирование	9	7	6	15%
6	Приверженность аудитории	9	5	6,9	10%
7	Длительность нахождения на медиарынке	8,5	7,5	10	15%
8	Техническое оснащение	8	6,5	6,8	15%
9	Интегральный показатель	1	0,86	0,97	100%

Из расчетов данного показателя конкурентоспособности видно, что ТРК «Первый республиканский» и ТТРК «Юнион» уступают ТРК «Оплот ТВ» по уровню

конкурентоспособности в целом, так как у них интегральный показатель меньше единицы (0,86 и 0,97), однако можно отметить, что ТТРК «Юнион» является сильным конкурентом ТРК «Оплот ТВ», исходя из полученных данных. Таким образом, рассчитанные показатели свидетельствует об удовлетворительной конкурентной динамике ГП «Телерадиокомпания «Оплот ТВ» на республиканском медиарынке.

Для более наглядного сравнительного анализа следует обратиться к многоугольнику конкурентоспособности (рис. 1), на котором мы отразили конкурирующие предприятия, исходя из выше рассчитанных табличных значений [4].

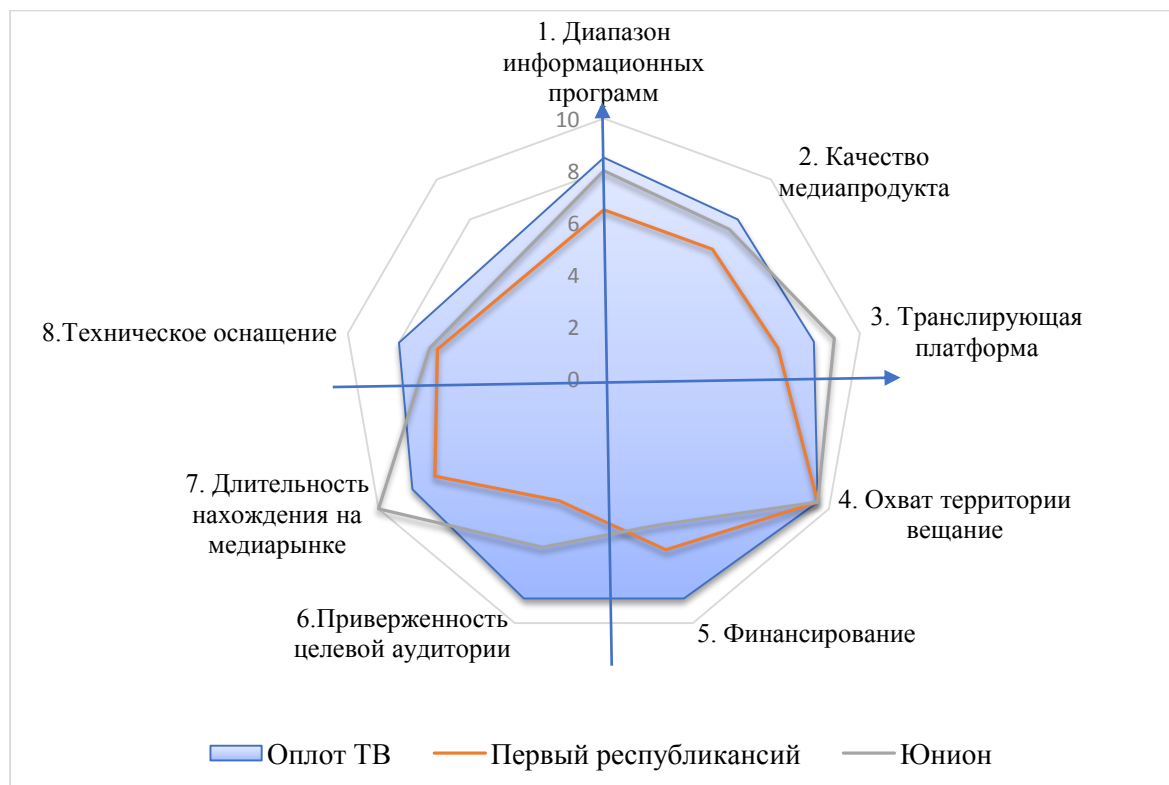


Рис. 1 Многоугольник конкурентоспособности ТРК «Оплот ТВ»

Глядя на рисунок, мы можем отметить тот факт, что исследуемая область ТРК «Первый республиканский» скрыта, поскольку ни по одной из указанных характеристик данная телекомпания не опережает ТРК «Оплот ТВ». Однако вторая телекомпания ТТРК «Юнион» опережает исследуемое предприятие по критериям длительности нахождения на отечественном медиарынке и наличии транслирующей платформы. Данное конкурентное преимущество ТТРК «Юнион» объясняется технологической продвинутой и временем основания телекомпании–флагмана. Стоит отметить, что телекомпании «Оплот ТВ» стоит сосредоточиться на совершенствовании технико-инновационной базы, а также на расширении диапазона транслируемых медиапродуктов.

Проведем анализ конкурентоспособности «Оплот ТВ» методикой экспертной оценки.

Для проведения оценки конкурентоспособности составим таблицу (табл. 2) с перечнем наиболее важных показателей товара, на основе которых проведем анализ.

Оценка осуществляется по каждому показателю экспертным путем по пятибалльной шкале, где 1– наиболее слабая позиция, а 5 – наиболее сильная позиция. Также в таблице проставляется весомость показателей (значимость), при этом веса в сумме должны давать единицу (a_i). Следующие наименования представлены в таблице

таким образом:

E_i – экспертная оценка i -й характеристики;

E_1 – ГП «Телерадиокомпания «Оплот ТВ»;

E_2 – ТТРК «Юнион»;

E_3 – ТРК «Первый республиканский».

Таблица 2

Оценка критериев предприятия

№	Критерий	Вес	Баллы			Конкурентоспособность		
			E_1	E_2	E_3	K_1	K_2	K_3
1	Уровень материально-технической базы телекомпании	0,2	3	4	3,5	0,6	0,8	0,7
2	Качество медиапродукта	0,15	4	4,5	4,3	0,6	0,675	0,6
3	Финансовый менеджмент телекомпании	0,25	4,2	3,9	3,7	1,05	0,975	0,925
4	Квалификация сотрудников	0,15	4	4,1	4	0,6	0,615	0,6
5	Репутация телекомпании	0,25	5	4	4	1,25	1	1
Сумма		1				4,1	4,06	3,82
Коэффициент перспективности							1	

Таким образом, методика экспертного оценивания даёт основания для того, чтобы считать ТТРК «Юнион» основным конкурентом на рынке выпускаемой медиа продукции. Компания «Первый республиканский» занимает последнее место в рейтинге конкурентоспособных телекомпаний–флагманов. Преимуществом ТРК «Оплот ТВ» является налаженный процесс финансового управления, мы это можем наблюдать в динамике с прошлым годом. Предприятию стоит обратить внимание на улучшение и совершенствование уровня материально-технической базы, от которой зависит качество производимого телепродукта, которая не получила высокой экспертной оценки в данном анализе.

Основываясь на проведенные исследования среды предприятия, конкурентного анализа как самого предприятия ГП «Телерадиокомпания «Оплот ТВ», так и его медиа продукции, были разработаны направления повышения конкурентоспособности предприятия. В таблице 3 представлены предложенные мероприятия по повышению конкурентоспособности ГП «Телерадиокомпания «Оплот ТВ» прогнозируемый результат от их внедрений.

Таблица 3

Прогнозируемый результат от мероприятий по повышению конкурентоспособности ГП «Телерадиокомпания «Оплот ТВ»

Предлагаемое мероприятие	Прогнозируемый результат
1. Проведение маркетинговых исследований	Анализ компаний–конкурентов. Возможность грамотно спланировать дальнейшие действия ТРК «Оплот ТВ» на рынке с целью понижения возможных рисков.
2. Расширение диапазона целевой аудитории	Охват большего количества зрителей. Увеличение среднего значения просмотров и показов

	предлагаемой медиа продукции. Расширение сетки вещания телеканала.
3. Разработка новых видов визуальной продукции и медиапроектов	Мотивация к максимизации уровня аудитории. Создание брендообразующих линеек медиапродукции. Привлечение внешних компаний–конкурентов в качестве покупателей прав на интеллектуальную собственность производимой продукции.
4. Внедрение усовершенствованных технологий в производство	Глобализация медиaprостранства. Визуальное и звуковое улучшение качества производимого продукта компании.

На рисунке 2 представим мероприятия по повышению конкурентоспособности ГП «Телерадиокомпания «Оплот ТВ» как сформированный комплекс пошаговых действий, применяемых в ходе реализации мероприятий, а также ожидаемый прогнозируемый эффект от них.

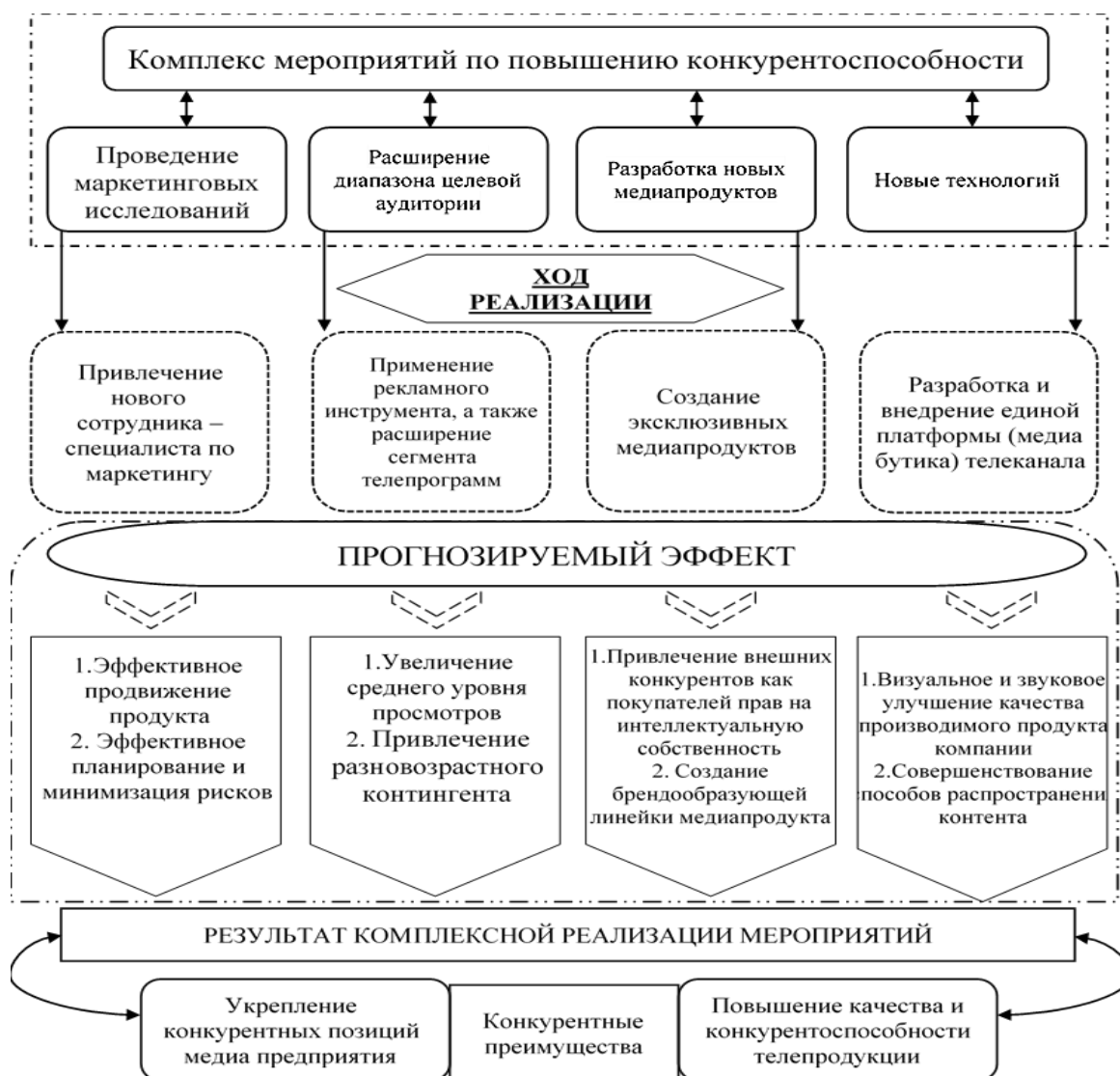


Рис. 2. Комплекс рекомендуемых мероприятий по повышению конкурентоспособности ТРК «Оплот ТВ»

Произведем расчёт экономической эффективности от предложенных мероприятий по методике выявления разности между суммой чистой прибыли и затрат на рекомендуемые мероприятия по формуле (1) [5]:

$$\text{Э}_\phi(\Pi) = \Delta B - Z, \quad (1)$$

где, $\text{Э}_\phi(\Pi)$ – экономическая эффективность, руб.;

ΔB – прирост выручки за счет реализации мероприятия, руб.;

Z – затраты на мероприятия, руб.

Результаты представлены в таблице 4.

Таблица 4

Расчёт экономической эффективности ГП ТРК «Оплот ТВ»

Мероприятие	Затраты, тыс. руб.	Прирост чистой прибыли в год, тыс.руб	Экономическая эффективность $\text{Э}_\phi(\Delta\Pi)$, тыс. руб.
1. Проведение маркетинговых исследований	20 500	51 235	30,7
2. Расширение диапазона целевой аудитории	50 000	96 350	46,3
3. Разработка новых видов визуальной продукции и медиапроектов	65 000	112 655	47,6
4. Внедрение новых технологий в производство	150 000	183 200	33,2
Итого	285 000	443 440	158,4

Результат расчёта общей экономической эффективности будет иметь значение 158,4 тыс. руб.

Заключение. Основу рыночной экономики составляет понятие конкуренции как главной движущей силы эволюции взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной среде. С целью оценки конкурентоспособности предприятия ГП «Телерадиокомпания «Оплот ТВ», был сформирован многоугольник конкурентоспособности. Было выяснено, что телекомпания «Оплот ТВ» стоит сосредоточиться на совершенствовании технико-инновационной базы, а также на расширении диапазона транслируемых медиапродуктов. В ходе анализа с помощью экспертной оценки было выявлено, что предприятию стоит обратить внимание на улучшение и совершенствование уровня материально-технической базы, от которой зависит качество производимого телепродукта, которая не получила высокой экспертной оценки. В ходе работы был разработан и предложен комплекс мероприятий по повышению конкурентного уровня телекомпания, результат расчета экономической эффективности составил 158,4 тыс. руб. Стоит отметить, что предложенные мероприятия являются эффективными и позволят улучшить общее финансовое положение предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абаева, Н. П. Конкурентоспособность организации / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина – Ульяновск: УлГТУ, 2018. – 259 с.
2. Алтухова, А. Т. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия / А. Т. Алтухова. – М.: Ника-Центр, – 2017. – № 9. – С. 35–38.
3. Белоусова, Н. М. Формирование и оценка конкурентоспособности организаций и товаров: учебное пособие / Н. М. Белоусова, Е. Н. Сакина – М.: МГУПим. Ивана Федорова, 2014. – 134 с.

4. Жукова, М. А. Теоретические и методические аспекты управления конкурентными преимуществами организации / М. А Жукова // Вестник Университета. – 2017. – №5. – С.16–20.

5. Комарницкая, Е. В. Генезис сущности конкурентоспособности предприятия / Р. И. Балашова, Е. В. Комарницкая // Научный журнал «Менеджер» ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – 2017. –№ 1(79). – С. 157–166.

6. Комарницкая, Е. В. Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью предприятия: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Комарницкая Елена Владимировна. – Донецк, 2020. – 216 с.

7. Официальный сайт «Телеканал «Оплот ТВ» [Электронный ресурс]. – URL: <https://telekanal-oplot.tv> (дата обращения 07.11.2022).

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE ON THE EXAMPLE OF THE STATE ENTERPRISE "TV AND RADIO COMPANY "OPLLOT TV"

Annotation. Increasing the level of competitiveness of an enterprise is one of the most important and urgent problems for the modern economy. The paper analyzes and evaluates the competitiveness of the GP TRC "Oplot TV", and also proposes a set of measures to improve competitiveness on the example of the selected enterprise.

Keywords: competitiveness, assessment of the competitiveness of the enterprise, competitive potential, economic efficiency.

Psareva A.E., Lyashenko A.A.

Scientific supervisor: Kravets E.O., Candidate of Economic Sciences, Assoc.

psaryova01@mail.ru; younyi@mail.ru

УДК 351.9

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В НАДЗОРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОСТЕХНАДЗОРА

Рыбалко А.В.

*Научный руководитель: Дубель В. М., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе рассмотрены особенности применения цифровых технологий в деятельности Ростехнадзора с целью оптимизации контрольно-надзорной деятельности и функций, осуществляемых в рамках государственной федеральной службы.

Ключевые слова: надзор, контроль, цифровые технологий, информационная система, автоматизация.

Актуальность. Важным элементом государственного управления является государственный надзор, который играет ключевую роль в регулировании социально-экономических процессов в государстве. Государственный надзор направлен на выявление, пресечение нарушений и требований нормативно-правовых актов, обеспечение режима законности, установление нарушений и отклонений от нормативных и индивидуальных предписаний, а также выдвижение требований об устранении выявленных нарушений в целях охраны прав и свобод человека и гражданина. Эффективным инструментом для решения существующих проблем в контрольно-надзорной деятельности государства и укреплении профилактического вектора надзорной деятельности является использование цифровых технологий. Применение цифровых технологий в надзорной деятельности государства обеспечивает переход к абсолютно новым методам и формам реализации контрольных мероприятий, так как позволяет повысить прозрачность и достоверность надзорных мероприятий, сократить сроки их проведения, а также проводить оперативный контроль и мониторинг результативности и эффективности расходов государства. Этими особенностями обусловлена актуальность выбранной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению вопросов, связанных с особенностями применения цифровых технологий в надзорной деятельности государственных служб посвящены работы таких ученых, как: А. Е. Савенкова, Д. Е. Завьялов, А. В. Мартынов, Е. В. Ширеева и др.

Несмотря на имеющиеся научные разработки в области применения цифровых технологий в надзорной деятельности государственных служб, не в полной мере раскрыта проблема особенности их применения в деятельности Ростехнадзора.

Целью работы является рассмотрение особенностей применения цифровых технологий в надзорной деятельности Ростехнадзора.

Результаты исследования. Основным видом деятельности Ростехнадзора является осуществление контроля в разных сферах деятельности: технологической, экологической, атомной и т.д., которые не связаны с выполнением функций по защите государственной безопасности. Среди полномочий Ростехнадзора, как представителя государственной федеральной службы входят виды деятельности по надзору в сфере охраны окружающей природной среды, надзорной деятельности за соблюдением правил безопасной эксплуатации электросетей и тепловых установок, объектов гидроэнергетики, объектов атомной энергетики невоенного назначения, рациональным использованием недр, осуществление функции по принятию нормативных правовых актов, контролю и), безопасного ведения работ, безопасности производства, хранения и применения взрывчатых материалов промышленного назначения.

Основное внимание Ростехнадзора сосредоточено на обеспечении безопасности функционирования промышленного оборудования, сохранении условий безопасного функционирования промышленных объектов с точки зрения состояния окружающей природной среды и безопасности населения, соблюдении правил техники безопасности для персонала, обслуживающего это оборудование.

С целью оптимизации контрольно-надзорной деятельности и реализации надзорных мероприятий Ростехнадзор внедряет цифровые технологии и информационные системы. Целью цифровой трансформации Ростехнадзора является автоматизация деятельности и эффективная реализация функций государственной службы на основе использования единого информационного пространства и информационной интеграции административных и управленческих процессов на всех уровнях.

К основным направлениям цифровой трансформации деятельности Ростехнадзора можно отнести:

- генерирование единого информационного пространства в сфере надзора;
- создание единого реестра объектов и субъектов надзора (цифрового профиля);
- повышение качества и достоверности информации при исполнении надзорной функции;
- повышение уровня выполнения контрольно-надзорных функций, оперативности, эффективности и качества государственного надзора;
- снижение административных издержек для организаций при осуществлении государственного надзора (контроля);
- оптимизацию использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов, используемых при осуществлении государственного надзора.

В рамках цифровой трансформации Ростехнадзор запускает в тестирование цифровую платформу Автоматизированная информационная система Ростехнадзора и прототип цифрового рабочего места.

С 28 мая 2019 года Ростехнадзор принимает участие в федеральном проекте «Цифровое государственное управление», в рамках которого реализует мероприятия по созданию, внедрению, развитию и эксплуатации цифровой платформы АИС Ростехнадзора.

Цифровая платформа АИС Ростехнадзора — это ключевой инструмент цифровой трансформации государственной федеральной службы, обеспечивающий создание специализированной системы цифрового взаимодействия как внутри службы, так и при взаимодействии с поднадзорными организациями, а также органами государственной власти и получателями государственных услуг.

Создаваемая цифровая платформа АИС Ростехнадзора направлена на достижение следующих результатов:

- построение единой цифровой экосистемы Ростехнадзора;
- полная автоматизация всей контрольно-надзорной деятельности;
- внедрение риск-ориентированного подхода при осуществлении контрольно-надзорной деятельности;
- максимальная автоматизация взаимодействия с поднадзорными субъектами с помощью Единого портала государственных услуг (функций) (далее — ЕПГУ) и использования личных кабинетов;
- сокращение количества очных обращений заявителей для получения услуг Ростехнадзора;
- сокращение времени обработки обращений заявителей и предоставления услуги;

- переход к реестровой модели ведения результатов оказания услуг;
- взаимодействие с органами власти в вопросе обмена информацией;
- снижение издержек государственного управления;
- создание профилированных цифровых сервисов для субъектов надзора, экспертов и экспертных организаций, а также органов исполнительной власти, граждан при предоставлении услуг, а также сервисов цифрового взаимодействия как через личные кабинеты, так и посредством СМЭВ;
- создание федерального сегмента «цифровой вертикали» органов строительного надзора;
- переход на использование отечественных технологий.

В рамках цифровой платформы АИС реализовано 28 государственных услуг и функций из них 6 государственных услуг выведены на ЕПГУ, обеспечено ведение цифровых реестров, за которые отвечает Ростехнадзор, а также автоматизирована контрольно-надзорная деятельность государственной федеральной службы.

Реализована реестровая модель предоставления государственных услуг Ростехнадзора через интерактивную и универсальную форму на ЕПГУ. В рамках эксперимента по оптимизации и автоматизации процессов в сфере разрешительной деятельности в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. № 1279 Ростехнадзор посредством цифровизации внедряет поэтапное сокращение сроков административных процедур.

Преимущества перевода государственных услуг Ростехнадзора в электронную форму представим на рис. 1.

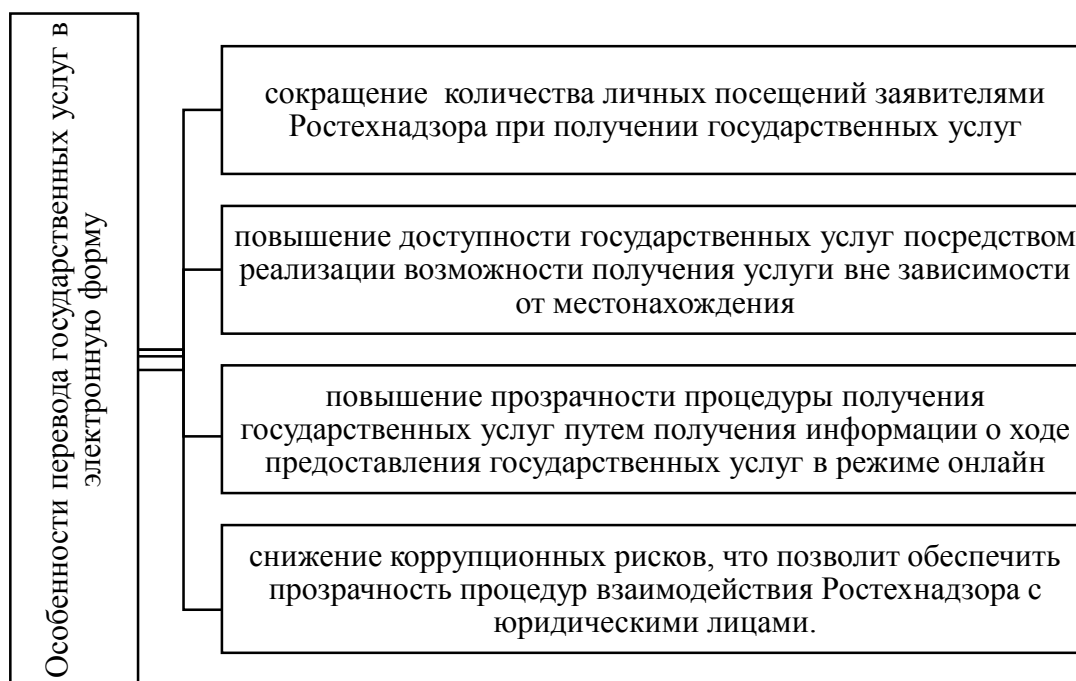


Рис. 1. Преимущества перевода государственных услуг Ростехнадзора в электронную форму

С целью апробации динамической модели риск-ориентированного подхода, определения эффективности и удобства организации технологий сбора и обработки информации по расчету показателя промышленной безопасности Ростехнадзор проводит работу с поднадзорными организациями по подключению к модулю дистанционного

мониторинга цифровой платформы Ростехнадзора систем дистанционного контроля предприятий.

В целях обеспечения прозрачности процедур взаимодействия государственной федеральной службы с юридическими лицами реализован Личный кабинет субъекта надзора в рамках создаваемой цифровой платформы АИС Ростехнадзора.

Функциональность Личного кабинета субъекта надзора позволяет отойти от бумажного документооборота (за исключением документов ограниченного доступа), получать информацию о проверках, обеспечить сдачу отчетности об организации производственного контроля в электронном виде, а также реализовать следующие возможности:

- просмотр результатов заявлений;
- подача обращений и просмотр ответа на обращения;
- прохождение самооценки в рамках профилактики;
- просмотр платежей и штрафов;
- просмотр деклараций и заключений промышленной безопасности;
- просмотр лицензий и разрешений по видам деятельности;
- просмотр страховых полисов;
- подача извещений по объектам строительства;
- загрузка и передача документов по объектам надзора;
- просмотр планируемых и проведенных проверок;
- просмотр дел административных правонарушений;
- подача оперативных сообщений.

Юридические лица с использованием цифровых технологий могут интерактивно взаимодействовать и получать онлайн-информацию от Ростехнадзора, что обеспечивает прозрачность процедур взаимодействия Ростехнадзора с юридическими лицами.

Ростехнадзор запустил процесс тестирования прототип цифрового рабочего места сотрудника на базе Западно-Уральского управления. Прототип цифрового рабочего места сотрудника является эффективным инструментом для обеспечения комплексного удаленного взаимодействия с поднадзорными организациями, получателями государственных услуг и госорганами. Реализованная система учета способна оптимизировать временные рамки задач по выдаче лицензий и разрешительных документов, ведению деклараций, учету аварийности и травматизма на опасных производственных объектах, а также выдаче результатов экспертизы промышленной безопасности. По итогам апробации Ростехнадзор планирует расширить тестирование функционала цифрового рабочего места на других территориальных управлениях и в управлении Центрального аппарата.

Ключевой проект Ростехнадзора в области цифровой трансформации в 2021 году — мероприятия по созданию, внедрению, развитию и эксплуатации цифровой платформы АИС Ростехнадзора с объемом финансирования свыше 57% общего объема финансирования, предусмотренного ВПЦТ на 2021 год. Расходы на эксплуатацию включают закупку товаров, работ и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий по центральному аппарату Ростехнадзора и территориальным управлениям (рис. 2).

Всего в 2021 году в рамках ВПЦТ Ростехнадзора сформировано, рассмотрено и согласовано 706 закупок в составе 219 мероприятий по информатизации.

Информационно-коммуникационная инфраструктура Ростехнадзора состоит из 392 точек присутствия, объединенных в ведомственную сеть передачи данных, посредством которой обеспечивается единое информационное пространство центрального аппарата и территориальных управлений Ростехнадзора.

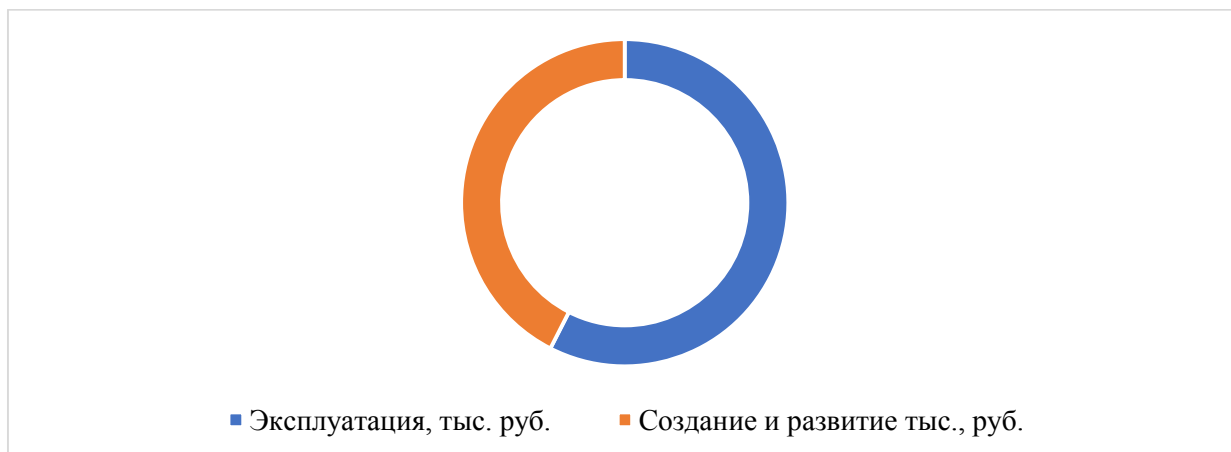


Рис. 2. Соотношение расходов в сфере информационно-коммуникационных технологий

Выводы. Цифровая трансформация Ростехнадзора представляет собой процесс интеграции информационных технологий во все аспекты деятельности службы, который сопровождается качественным изменением принципов и процессов оказания государственных услуг, предоставляемых органом государственного надзора в электронном виде, исполнения государственных функций в целях повышения удовлетворенности граждан государственными услугами, снижения издержек бизнеса при взаимодействии с государством, а также издержек государственного управления за счет использования данных.

С целью дальнейшей реализации этапов цифровой трансформации Ростехнадзор ежегодно разрабатывает комплекс взаимосвязанных мероприятий по информатизации, направленных на выполнение задач по оптимизации административных процессов предоставления государственных услуг, созданию, развитию и вводу в эксплуатацию или выводу из эксплуатации информационных систем или компонентов информационно-коммуникационных технологий, нормативно-правовому обеспечению указанных процессов или иных задач, решаемых в рамках цифровой трансформации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Годовой отчет о деятельности Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору в 2021 году – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.gosnadzor.ru/public/annual_reports/Годовой%20отчет%20за%202021%20г..pdf
2. Ростехнадзор приступил к тестированию прототипа цифрового рабочего места сотрудника – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gosnadzor.ru/news/64/3366/>

APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE SUPERVISION ACTIVITIES OF ROSTEKHNADZOR

Annotation. The paper considers the features of the use of digital technologies in the activities of Rostekhnadzor in order to optimize control and supervisory activities and functions carried out within the framework of the state federal service.

Keywords: supervision, control, digital technologies, information system, automation.

Rybalko A.V.

Scientific adviser: V. M. Dubel, Ph.D., Associate Professor
Donetsk National University
E-mail: rybalko202@mail.ru

УДК 333.333

ТРЕНДЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

Сафонов Р.Д.

*Научный руководитель: Петенко И.В., д-р экон.наук, профессор
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация: В данной работе раскрывается понятие «коммуникационные технологии», а также тренды коммуникационных технологий. Предметом исследования выступает коммуникационная деятельность, приёмы коммуникационного воздействия на субъект коммуникации, а также её тренды на фоне развития общества.

Ключевые слова: Коммуникация, тренды, коммуникационные технологий, виртуальная коммуникация, коммуникационный процесс.

Коммуникация – это процесс общения, с целью взаимопонимания между двумя и более людей, которые обмениваются информацией и идеями. В свою очередь коммуникационные технологии – это специальные методы, средства, системы и приёмы, которые позволяют достигать поставленных целей и задач в процессе коммуникационного воздействия на субъект коммуникации. То есть это универсальные технологии, которые могут быть основой для создания единого информационного пространства для любой организации, деятельность которой связана с информационным обменом. Коммуникационные инструменты и стратегии, которые раньше были популярны в современном обществе уже не работают, а порой даже раздражают современного потребителя, и поэтому чтобы оставаться и дальше успешными, компаниям необходимо научиться использовать новые инструменты и тренды развития коммуникационных технологий.

На данный момент коммуникационные технологии способны кардинально изменить способы функционирования любой научной отрасли.

В течении последних десятилетий коммуникационные технологии выступают как один из главных двигателей прогресса. Вся важность их заключается в создании функциональных социальных систем, которые способны обеспечить формирование прочных связей между людьми. Ведь на сегодняшний день главный канал восприятия для любого потребителя – визуальный. Благодаря этому каналу расширяются границы общения между людьми, которые могут находиться на довольно больших расстояниях друг от друга. Сейчас коммуникационные технологии зачастую ассоциируют с компьютерами, так как появление компьютеров способствовало выводу коммуникационных технологий на новый уровень. Ведь создание компьютерных сетей вызвало потребность в совместном использовании любой информации пользователями, которые работают удаленно друг от друга или находятся в разных уголках города.

В современном обществе с появлением глобальных сетей Интернет меняются традиционные экономические модели ведения бизнеса и взаимодействия с аудиторией. Ведь понимание в изменениях процесса коммуникации позволяет сотрудникам работающим в сфере маркетинга, более успешно и выгоднее продвигать свой товар через сети Интернет. Коммуникационные технологии ведут к повышению конкуренции рынков за счёт снижения барьеров входа на рынок, а это очень важно, так как в условиях глобализации мировых рынков важнейшим конкурентным преимуществом остаётся возможность снижения себестоимости продукции.

Планируя грамотную мультиканальную стратегию в интересах своих клиентов, компаниям-исполнителям важно учитывать не только современное состояние рынка, но и будущие тенденции в области коммуникаций. Особое внимание в создании нового тренда уделяется вопросу скорости передачи данных, использования технологических

новинок и программных продуктов, информационной грамотности, готовности использования технологических достижений. Новые тренды в коммуникационных технологиях в-первую очередь связаны с цифровизацией, во-вторых с самими коммуникационными технологиями, в-третьих с применением искусственного интеллекта.

В современном обществе такой фактор как пандемия коронавируса ускорила цифровизацию во всём мире. Теперь компаниям необходимо было решать, что делать дальше. Ответ пришел очень быстро, компании моментально развернули проекты по трансформации переводя при этом всех сотрудников на дистанционный формат работы. Что из этого получилось? Это повысило популярность приложений для видеосвязи и изменило рынок коммуникационных технологий и каналов.

Хотелось бы привести несколько примеров трендов в использовании коммуникационной технологии:

Первый тренд: Глобальное внедрение UCaaS.

В период коронавирусных ограничений набрал популярность тренд UC, который привёл к популярности UCaaS, который объединяет в своём облаке основные каналы и платформы связи, которые включают в себя голосовую почту, чат для общения, видео связи, а также электронную почту. Поэтому из-за популярности этого тренда крупные компании делают выгодные инвестиции в такую форму унифицированной коммуникации, как в систему бизнес-коммуникаций.

Второй тренд: Растущее влияние технологий искусственного интеллекта.

В современном обществе многие компании работают с большим объёмом данных, которые вручную обработать очень тяжело, поэтому они привлекают на помощь в своей работе искусственный интеллект, который включает в себя виртуальные чат-боты, виртуальные помощники, IVR, интегрированные услуги. Это позволяет компаниям повышать производительность и эффективность совместной работы. Также компании использующие искусственный интеллект получают более быстрый результаты коммуникаций, то есть происходит более быстрый анализ текстовых и устных сообщений, выявление трендов настроений пользователей, которые помогают определять как клиенты относятся к брендам или услугам компании.

Третий тренд: Больше количество облачных решений.

На сегодняшний день многие компании используют облачные хранения, обработки и передачи различных данных, и их количество неуклонно растёт. Это всё приводит к тому, что всем поставщикам услуг приходится находить для себя возможности для партнёрства. В недалёком будущем по данным исследований распространение облачных решений будет только возрастать. Компании использующие облачные решения изменяются в параметрах самих решений так как они должны соответствовать сложности и важности новых задач.

Четвёртый тренд: Выбор альтернативных каналов и инструментов коммуникации.

В современном обществе доля электронной почты среди каналов коммуникаций существенно уменьшается. Это происходит из-за того, что этот инструмент уже не так актуален как раньше, даже не смотря на удобство при отправках вложений и длинных текстов. В первую очередь это связано с тем, что обмен мгновенными сообщениями зарекомендовал себя как более простой в использовании способ для быстрого решения вопросов, в том числе в группе сотрудников. Поэтому совместное использование экрана вместе с файлом становится нормой, которые заставляют IT-специалистов быть готовыми ко всему. Сотрудникам компании становится более удобно работать при любых условиях, где удобно, и с каких устройств, при этом на первый план выходит обеспечение максимальной производительности и безопасности. На основании всего этого происходит снижение доли проводного оборудования. Ранее громоздкие

настольные компьютеры заменяются на ноутбуки и планшеты, а проводные стационарные телефоны заменяются на беспроводные. Это всё происходит из-за того, что пользователи ищут свободу передвижения, даже в пределах обычного офиса.

Пятый тренд: Рост популярности нишевого контента.

На сегодняшний день привлечь внимание потенциальных потребителей становится очень сложно, потому что нас окружает со всех сторон стремительный поток информации. Поэтому специалистам приходится прилагать достаточно больше усилий для привлечения потребителей. Именно поэтому большинство PR-специалистов всё чаще обращаются к нишевому контенту, который направлен на определённую аудиторию, на определённый рынок и который очень тщательно продуман. То есть творческие и проработанные кампании, которые занимаются собиранием большого количества разной информации в том числе и данных в конечном итоге становятся эффективным решением для привлечения заинтересованных клиентов, которые хотят выделиться и не потеряться среди компаний-конкурентов.

Вывод: Подводя итоги хочется заметить, что коммуникационные технологии способствуют улучшению деятельности предприятия, поддержке исследований, расширению рамок процесса управления, а также повышению деятельности не только участников коммуникационных процессов, но и общества в целом. Коммуникационные технологии с каждым днём всё больше проникают в различные сферы общественной деятельности, так как представляют собой различные методы, способы и алгоритмы сбора, хранения, обработки и предоставления передачи полученной информации.

С помощью основных методов коммуникационных технологий становится возможность получения доступа к различной научной информации, организация и моделирование исследовательской деятельности, проведения виртуальных занятий в реальном режиме времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Йо Грёбель о том, как интернет повлиял на бизнес. [Электронный ресурс] // Cossa. – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/211/2479/> (дата обращения – 14.05.2020).
2. Покупатель уходит в онлайн. Как и почему в России растёт объём интернет-торговли? [Электронный ресурс] // Капитал страны. – Режим доступа: https://kapital-rus.ru/articles/article/pokupatel_uhodit_v_onlain_kak_i_pochemu__v_rossii_rastet_obem_internetorgo/ (дата обращения – 21.05.2020).
3. Кто такие микроинфлюенсеры и почему их считают будущим маркетинга? [Электронный ресурс] // РБК Стиль. – Режим доступа: <https://runet.rbc.ru/materials/kto-takie-mikroinfluensery-i-pochemu-ikh-schitayut-budushchim-marketinga/> (дата обращения – 15.05.2020).
4. Качаева А.Г., Кирия И.В. (2012) Долгосрочные тенденции развития сектора массовых коммуникаций // Форсайт. Т. 6. № 4. С. 6–18
5. Соколов А.В., Чулок А.А. (2012) Долгосрочный прогноз научно-технологического развития России на период до 2030 года: ключевые особенности и первые результаты // Форсайт. Т. 6. № 1. С. 12–25.

TRENDS IN COMMUNICATION TECHNOLOGIES

Abstract: This paper reveals the concept of "communication technologies", as well as trends in communication technologies. The subject of the study is communication activity, methods of communication influence on the subject of communication, as well as its trends against the background of the development of society.

Keywords: Communication, trends, communication technologies, virtual communication, communication process.

Safonov R.D.

Scientific adviser: Petenko Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: rus.safonov.2017@mail.ru

УДК 65.012.45

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРОЕКТЫ

Серегина А.Р.

*Научный руководитель: Кравец Е.О., канд.экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. Автором были изучены теоретические аспекты цифровизации. Обосновано влияние цифровизации процессов управления на проекты. Выделены преимущества цифровизации процессов управления. Представлены мероприятия по цифровизации процесса управления. В работе выделены цели цифровизации процесса управления.

Ключевые слова: цифровизация, проект, управление, управление проектами, процесс, менеджер, коммуникации, трансформация.

Деловой мир переходит в онлайн. В настоящее время трудно найти предприятия и организации, не имеющие цифрового присутствия. Ожидается, что к 2030 году глобальные расходы на цифровизацию достигнут 2,8 трлн долларов США, поскольку для бизнеса стало необходимым соответствовать ожиданиям заинтересованных сторон. Это также улучшило внутреннюю работу организации.

Цифровизация произвела революцию в старомодных методах ведения бизнеса и изменила восприятие людьми продуктов и услуг. Онлайн-инструменты управления проектами и совместной работы, облачные системы и инновационные технологии приводят к лучшим бизнес-результатам.

Цифровизация является ключевым фактором изменения управления проектами. Четвертая промышленная революция с прорывными технологиями, новыми бизнес-моделями, растущей индивидуализацией и слиянием виртуальности и реальности выходит за рамки первоначальных возможностей информационных технологий 20-го века.

Что же такое цифровизация? Цифровизация - это общий термин, означающий цифровую трансформацию общества и экономики. Эта концепция посвящена переходу от индустриальной эпохи с аналоговыми технологиями к эпохе знаний и творчества с различными цифровыми бизнес-инновациями.

Цифровизация меняет то, как работают менеджеры проектов. Хотя руководители проектов всегда отвечали за планирование, закупки и выполнение проектов, они также находятся на переднем крае внедрения новых решений по управлению проектами.

Фактически, большинство руководителей проектов уже внедрились технологию автоматизации процессов и документооборота, даже если это касается всего нескольких областей, таких как отчетность или планирование. И большинство из них понимают, что их роль в управлении проектами может быть усилена за счет использования цифровых платформ управления проектами.

Менеджеры проектов постепенно забывают об управлении своими задачами и процессами с помощью ручки и бумаги, физических досок с липкими заметками и «многофункциональных» офисных перегородок.

Руководители проектов и члены команды, которые стремятся улучшить цифровизацию внутри своей компании, могут инициировать следующие мероприятия:

- ✓ Внедрение эффективного ежедневного управления задачами, отчетности, отслеживания времени, составления карт дорог и других полезных инструментов.
- ✓ Замена бумажных процессов цифровыми рабочими процессами.
- ✓ Использование возможностей видеоконференцсвязи.

- ✓ Применение онлайн-календарей, расписаний и временных рамок.
- ✓ Применение решений для онлайн-записей.
- ✓ Добавление онлайн-бронирования номеров.
- ✓ Внедрение обмена мгновенными сообщениями и т.д.

Цифровизация процесса управления проектами - это упрощенный процесс управления онлайн-проектами. Он начинается с концепции и заканчивается полным завершением проекта в рамках определенного бюджета и с использованием определенного количества ресурсов и содержит планирование, отслеживание, анализ, делегирование и измерение результатов. Типы проектов могут варьироваться от мероприятий до проектов цифрового контента.

Цифровизация процессов управления проектами позволяет командным игрокам быть более продуктивными и создает ценность с первого рабочего дня, позволяя им общаться с клиентами и членами команды. Это приводит к слиянию онлайн и оффлайн. Это влияет на прорывные технологии и радикальные изменения в различных отраслях промышленности.

Среди различных преимуществ цифровизации процессов управления можно выделить следующие.

1. Сотрудничество максимально упрощено.

Новые цифровые инструменты позволяют осуществлять совместную работу в режиме реального времени между всеми участниками проекта без сбоев в цепочках электронной почты или чрезмерно масштабируемых совещаний. Более высокий уровень сотрудничества, осуществляемый руководителями проектов, способствует улучшению взаимоотношений, выделению большего времени для творческого саморазвития и более высокому удержанию сотрудников.

2. Коммуникация между членами проектной команды становится более эффективной.

Виртуальное общение никуда не денется, в немалой степени благодаря влиянию COVID-19 на физическое общение и удаленную работу. Бывшая звезда коммуникации, электронная почта, теперь вытесняется средствами связи в реальном времени, облегчающими мгновенную связь из физических офисных зданий в удаленные офисы.

3. Проще распределять ресурсы и управлять ими.

Менеджеры проектов должны видеть, что происходит мгновенно. Цифровые инструменты со сложными интерфейсами позволяют это. Они могут управлять ресурсами, назначать задачи и проверять любое количество статистических данных, связанных с проектом, с помощью цифровых инструментов.

4. Результаты теперь превышают процесс.

Прошли те времена, когда руководитель проекта проводил большую часть дня, пытаясь заставить людей придерживаться своих процессов и отчетов. В современном цифровом мире все сводится к поддержке работы, которая обеспечивает поддающиеся количественной оценке результаты.

5. Решения принимаются на основе данных, а не догадок.

Чем более оцифрована компания, тем большим количеством больших данных и ключевых показателей эффективности она располагает для принятия решений. Когда данные находятся в одном месте и к ним легко получить доступ и проанализировать, они представляют собой золотую жилу информации для управления проектами, анализа рабочей силы и бюджетных прогнозов.

Эта ценная информация также может быть использована при изменении процессов управления проектами, связанных с отчетами, документами о соответствии требованиям и другими активами, связанными с информацией.

6. Проектные команды и члены команды демонстрируют сопричастность.

Совместная работа — это ключевое преимущество расширенных цифровых возможностей, и она не просто помогает внутренней проектной команде или компании, она вселяет чувство сопричастности в каждого человека, занимающего место на технологической платформе. Как только пользователи поймут, как их отдельный винтик влияет на колесо компании, они, скорее всего, увидят области для улучшения, смогут более эффективно прогнозировать и планировать рабочие нагрузки по проекту, планировать будущие инициативы и чувствовать себя более неотъемлемой частью команды управления проектом, поскольку они видят успешные результаты проекта, достигнутые компанией.

Итак, как именно цифровая эпоха и цифровая трансформация меняют процесс управления проектами. Воздействие в целом проявляется на трех уровнях с точки зрения навыков, подходов к реализации проектов и использования инструментов и подходов следующего уровня, которые работают. Это создает как проблемы, так и возможности для управления проектами и тех, кто управляет проектами.

Целью цифровизации процесса управления является максимизация производительности, сокращение или устранение непродуктивного времени и ресурсов, ненужных расходов, ошибок и т.д.:

1. Изменение образа мыслей и культуры.

Цифровизация заключается не только в добавлении технологического оборудования или новой программной системы управления проектами, но и в изменении бизнес-мышления на организационном уровне. Цифровизация обеспечивает прозрачность рабочего процесса и, способствуя изменению цифрового мышления, позволяет получить больше возможностей для бизнеса и роста.

2. Программное обеспечение для управления проектами.

Программное обеспечение для управления проектами поможет выполнять задачи быстрее и точнее и использовать его ресурсы для улучшения процессов - от планирования проекта или управления ресурсами до внутренней и внешней коммуникации по проекту.

Чтобы выбрать наиболее подходящее программное обеспечение для управления проектами для нужд бизнеса необходимо:

- ✓ Определить проблемы в управлении проектами. Это может быть связано, например, с трудностями при обмене своевременными обновлениями с клиентом, использованием слишком большого количества инструментов для отслеживания различных аспектов вашего проекта или тратой слишком много времени на анализ данных.
- ✓ Проверьте, есть ли необходимые вам возможности интеграции и функции.
- ✓ Использовать ценообразование в качестве последнего элемента при принятии решения, возможности программного.
- ✓ Воспользоваться бесплатной пробной версией, чтобы понять, как это работает.

3. Обучение.

Очень важно научиться использовать инструменты и ресурсы. Все сотрудники должны быть обучены противостоять новым вызовам, которые возникнут в эту новую цифровую эпоху, чтобы они могли принимать эффективные решения и предлагать инновационные решения.

Хорошее обучение позволит компании разрабатывать внедрение гибким способом и с минимально возможным негативным воздействием. Для этого я предлагаю вам создать подробное руководство с четкой процедурой, которое поможет сократить количество ошибок и станет постоянным источником информации о процессах, которым следует следовать.

4. Внедрение.

Это факт, что цифровизация делает жизнь вашего руководителя проекта лучше и проще, но жизненно важно, чтобы все участники проекта с самого начала выполняли одни и те же шаги. После того, как сотрудники прошли обучение, важно отслеживать процесс внедрения и анализировать, осуществляется ли он эффективным образом.

Таким образом, процесс внедрения будет иметь решающее значение как для достижения целей, так и для оптимизации каждого внутреннего процесса.

5. Надзор.

Может случиться так, что новый цифровой процесс работает не так, как ожидалось. Наблюдение за процессом, запрос обратной связи и проверка результатов помогут получить информацию и увидеть, были ли результаты положительными или нет, и, следовательно, что необходимо изменить.

В заключение хотелось бы отметить, что цифровизация - это возможность, которую каждая организация должна принять во внимание, чтобы перейти на следующий уровень управления проектами. Влияние цифровизации процессов управления на проекты приводит к огромным революционным изменениям во всех подразделениях одной и той же организации, а не только в тех, которые управляются ИТ, что приводит к максимизации производительности, минимизации рисков, отслеживанию процессов и внедряют аналитики, основанную на данных, для достижения бизнес-целей. В результате руководители, бизнес-новаторы и менеджеры проектов не должны упускать из виду силу стратегии цифровой трансформации для сохранения ключевых результатов на нынешнем быстро меняющемся рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кравец Е.О. Эволюция цифровизации экономики/ Е.О. Кравец – Донецк: Вестник ДонНУ, серия «Экономика и право», 2021. – № 4/2021. – С. 182-190.
2. Кравец Е.О. Дефиниция понятий «управление проектами» и «проектное управление» / Е.О. Кравец, Н.Н. Вертиль // Вестник Института экономических исследований. – 2021. – № 2 (22). – С. 105-110.
3. Коваленко Б.Б., Гусейнова И.В., Гусарова Т.И. Влияние цифровизации экономики на методологии управления проектами // Экономика и экологический менеджмент. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovizatsii-ekonomiki-na-metodologii-upravleniya-proektami> (дата обращения: 07.02.2023).
4. Филатова М.В., Стукало О.Г., Лебедева Л.В., Цуканова К.А., Дзахмишева И.Ш. Проектное управление в условиях цифровой экономики // Вестник ВГУИТ. 2020 Т. 82 № 4 С. 335–339.
5. Как цифровая трансформация меняет управление проектами. URL: <https://www.advantagroup.ru/blog/kak-cifrova-a-transformaci-a-menaet-upravlenie-proektami/> (дата обращения: 17.02.2023).
6. Моисеева А.А. Условия и последствия диджитализации современного общества: социально-экономический анализ // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. 2017. №39. С. 216–226.

THE IMPACT OF DIGITALIZATION OF MANAGEMENT PROCESSES ON PROJECTS

Annotation. The author has studied the theoretical aspects of digitalization. The influence of digitalization of management processes on projects is substantiated. The advantages of digitalization of management processes are highlighted. Measures to digitalize the management process are presented. The paper highlights the goals of digitalization of the management process.

Key words: digitalization, project, management, project management, process, manager, communication, transformation

Seregina A.R.

Scientific adviser: Kravets E.O. Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: lenakraves@yandex.ru

УДК 338.3

BIG DATA И АНАЛИЗ ДАННЫХ В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Соммерфельд Д.В.

*Научный руководитель: Штиллер М.В., канд. экон.наук, доцент
ФГБОУ ВО «Государственный университет
морского и речного флота имени адмирала С.О.Макарова»*

Аннотация. Одним из перспективных способов снижения нагрузки на предпринимателей в период отчетности является привлечение альтернативных источников данных для формирования официальной статистической информации (больших данных). Чтобы принимать взвешенные решения на основе данных, просто собирать их недостаточно — нужен еще грамотный анализ.

В текущий момент технология big data является одним из ключевых драйверов будущего развития информационных технологий. Данное направление модернизации и развития информационных систем, получает широкое распространение в международной практике. Данная тенденция связана с тем, что в эпоху информационных технологий, стало накапливаться большие массивы информации, требующие структурной обработки и анализа, что ускорило процесс развития и совершенствования технологий big data. Работники сферы финансовой отчетности должны как можно лучше ознакомлены с трендами и наработками в этой области.

Ключевые слова: Big Data, анализ, налоговый орган, данные.

Введение. Обращаясь к вопросу о роли данных сегодня, легко сказать, что объем информации, которую мы собираем, храним и используем, увеличился.

Не существует чёткого определения того, какие данные считать большими. Нет фиксированного предельного объёма, после которого обычные данные превращаются в большие. Но обычно речь идёт как минимум о сотнях гигабайт и сотнях тысяч строк в базах данных. Ещё большие данные, как правило, регулярно пополняются, обновляются и изменяются, то есть их не только хранят, но и активно собирают.

Итак, мы собрали большие данные и сохранили их. Но в таком виде это просто набор информации, который не способен принести никакой пользы. Чтобы польза была, необходим анализ больших данных — их структурирование и обработка по специальным алгоритмам с целью сделать определённые выводы.

Большие данные изменяют бизнес, а бизнес изменит общество.

И есть надежда, что преимущества перевесят недостатки. Факт в том, что это нововведение, и общество недостаточно хорошо умеет обращаться с данными, которые может собирать. В 1893 году на Всемирной выставке в Чикаго была присуждена золотая медаль за изобретение вертикального шкафа для хранения документов, на тот момент блестящее решение проблемы хранения и поиска бумажных файлов — в эпоху, когда бизнес захлестнул поток информации. То была «бета-версия» больших данных в корпоративном мире.

Big Data и анализ данных в финансовой отчетности.

Большие данные в финансах означают разнообразные и сложные наборы данных, которые могут быть использованы для решения давних бизнес-задач финансовых и банковских компаний по всему миру. Этот термин уже не ограничивается сферой технологий, а рассматривается как безусловное требование бизнеса. Компании, предоставляющие финансовые услуги, все чаще используют его для преобразования своих процессов в организациях.

Экспоненциальный рост технологий и увеличение объема генерируемых данных коренным образом меняют методы работы отраслей и отдельных предприятий. Сектор финансовых услуг по своей природе считается одним из самых высокоинтенсивных секторов, представляя уникальную возможность обрабатывать, анализировать и использовать данные полезным образом.

Большие данные (англ. big data) — совокупность подходов, инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия для получения воспринимаемых человеком результатов, эффективных в условиях непрерывного прироста, распределения по многочисленным узлам вычислительной сети, сформировавшихся в конце 2000-х годов, альтернативных традиционным системам управления базами данных и решениям класса Business Intelligence.

В данную серию включают средства массово-параллельной обработки неопределенно структурированных данных, прежде всего, решениями категории NoSQL, алгоритмами MapReduce, программными каркасами и библиотеками проекта Hadoop. Опишем подробнее системы управления:

Базы данных **NoSQL** специально созданы для определенных моделей данных и обладают гибкими схемами. Получили широкое распространение в связи с простотой разработки, функциональностью и производительностью при любых масштабах.

MapReduce реализует различные математические алгоритмы, чтобы разделить задачу на маленькие части и назначить их нескольким системам.

Hadoop - это программная платформа для сбора, хранения и обработки очень больших объемов данных. Проще говоря, это база данных (database), предназначенная для работы с большими данными (Big Data).

Компания Meta Group предложила основные характеристики больших данных :

Volume — объем данных: от 150 Гб в сутки;

Velocity — скорость накопления и обработки массивов данных. Большие данные обновляются регулярно, поэтому необходимы интеллектуальные технологии для их обработки в режиме онлайн;

Variety — разнообразие типов данных. Данные могут быть структурированными, неструктурированными или структурированными частично. Например, в соцсетях поток данных не структурирован: это могут быть текстовые посты, фото или видео.

Сегодня к этим трем добавляют еще три признака:

Veracity — достоверность как самого набора данных, так и результатов его анализа;

Variability — изменчивость. У потоков данных бывают свои пики и спады под влиянием сезонов или социальных явлений. Чем нестабильнее и изменчивее поток данных, тем сложнее его анализировать;

Value — ценность или значимость. Как и любая информация, большие данные могут быть простыми или сложными для восприятия и анализа. Пример простых данных — это посты в соцсетях, сложных — банковские транзакции.

Кроме того, составление и внесение изменений как в формы налоговых деклараций, так и в формы бухгалтерской и статистической отчетности должно производиться в тесном взаимодействии ФНС России и Росстата, учитывающем информационные потребности двух ведомств в административных и первичных статистических данных.

9 октября 2019 года Федеральная налоговая служба приняла решение развивать цифровой анализ собранных экономических данных в качестве инструмента борьбы с уклонением от обязательных платежей.

Цифровизация ФНС и появление инструментов анализа массива финансовой информации позволило применять риск-ориентированный подход при проверках налогоплательщиков.

Благодаря применению Big Data, на официальном сайте ФНС России реализован online расчет налоговых вычетов, страховых взносов и патентной стоимости.

Налоговый калькулятор - Расчет стоимости патента.

Расчёт суммы налога, уплачиваемого в связи с применением патентной системы

налогообложения

- Налоговый калькулятор – Выбор режима налогообложения. Сравнение систем налогообложения и расчёт суммы налогов, подлежащих оплате.

- Калькулятор расчёта страховых взносов. Расчёт суммы страховых взносов, подлежащих уплате.

- Калькулятор транспортного налога ФЛ. Расчёт предварительной суммы транспортного налога для физических лиц.

- Калькулятор земельного налога и налога на имущество физических лиц. Расчёт предварительной суммы земельного налога и налога на имущество физических лиц.

- Калькулятор земельного налога и налога на имущество физических лиц. Расчёт предварительной суммы земельного налога и налога на имущество физических лиц.

- Калькулятор по расчету налоговой нагрузки. Среднеотраслевые показатели по налоговой нагрузке по видам налога и средней рентабельности продаж.

Анализ big data позволяет налоговым органам получать больше пользы и от уже "использованных" данных.

Проводится и цифровой анализ макроэкономических данных. Этот массив информации анализируется: по уровню зарплат, выручки и так далее. Сравняются похожие фирмы и их налоговые отчисления. Если есть подозрительные компании, которые при одинаковых оборотах платят меньше, чем их конкуренты, то нейросеть подсказывает, где необходима проверка.

Эта же методика используется для борьбы с теневыми зарплатами. Одна из целей ФНС — находить компании, которые используют выплаты в конвертах. Искусственный интеллект выявляет несоответствие масштаба экономической деятельности компании и уровня оплаты труда.

Как говорится на сайте ФНС, все данные агрегируются внутри единой системы. Федеральное хранилище данных, или "единый налоговый файл", формируемый в ЦОДе (data-центре) налоговой, позволяет сопоставлять и анализировать между собой любые налоговые данные всей страны.

Бухгалтеры в области управленческого учета всегда отвечали за принятие решений – по крайней мере, за предоставление информации тем, кто принимает решения. Их роль всегда была в переработке данных в информацию. Например, “сырые” факты и диаграммы формируют в связные узоры, делающие возможным принятие решений.

Для управленческих бухгалтеров станет другим количество доступных данных: к 2022 году объемы выросли ориентировочно в десять раз по сравнению с количеством данных, которые были пару лет назад. Из-за этого возникли сложности с отсеиванием ценной информации из всего представленного количества.

Также хотелось бы отметить и проблемы, с которыми сталкивается банковская и финансовая индустрия при работе с Big Data:

1. Соблюдение нормативных требований

Финансовые организации должны выполнять строгие нормативные требования фундаментальный обзор торговой книги, разработанные Базельским комитетом по банковскому надзору, которые регулируют доступ к важнейшим данным и требуют ускоренной отчетности. К сожалению, соответствовать этому требованию удается немногим.

2. Конфиденциальность данных

Конфиденциальность данных - еще одна серьезная проблема, связанная с внедрением технологий облачных вычислений. Компании опасаются размещать конфиденциальную информацию в облаке, и хотя некоторые из них создают частные облачные сети, такие проекты могут быть дорогостоящими.

3. Силосы данных

Неспособность связать данные между отделами и организационными структурами сегодня считается одной из основных проблем бизнес-аналитики, что приводит к сложностям в анализе и препятствует реализации инициатив в области больших данных.

Таким образом, большие данные - это ключевая идея, которая помогает в работе с различными данными огромных объемов. Пожалуй, это единственный самый серьезный вызов из всех, с которыми управленческий учет сталкивался на протяжении всей истории существования. Нахождение связанных “узоров” в облачных Больших данных, а затем отсеивание их этих “узоров” актуальной информации как раз и станет самой главной задачей. Big data станут главным инструментом для принятия решений — начиная с сетевых бизнесов и заканчивая целыми государствами и международными организациями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Нечехина Н.С. Современные информационные технологии в бухгалтерском учете постепенно изменили привычную структуру / Н.С. Нечехина, - г. Екатеринбург : Известия УрГЭУ, 2008.
2. Асват Дамодаран Sokilovo. “Big data и анализ данных” sokolovo.ru.
3. А. Торговцева “Цифровые фискалы: big data на службе у налоговиков”.
4. М.Ефимова “Ревьюер по направлению Data Analysis”.
5. Иноземцев Д.М. Современные технологии в бухгалтерском учете / Д.М. Иноземцев, О.Н. Тарасенко. - г. Воронеж : Молодежный вектор развития аграрной науки. Материалы 72-й национальной научно-практической конференции студентов и магистрантов., 2021.
6. DIS Group. “Бизнес аналитика”. dis-group.ru
7. “Большие данные и будущее бизнеса” RB.ru

BIG DATA AND DATA ANALYSIS IN FINANCIAL STATEMENTS

Annotation. One of the promising ways to reduce the burden on entrepreneurs during the reporting period is to attract alternative data sources for the formation of official statistical information (big data). To make informed decisions based on data, simply collecting them is not enough — you also need a competent analysis.

At the moment, big data technology is one of the key drivers of the future development of information technologies. This direction of modernization and development of information systems is widely used in international practice. This trend is due to the fact that in the era of information technology, large amounts of information began to accumulate, requiring structural processing and analysis, which accelerated the process of development and improvement of big data technologies.

Additionally, many tools and sensors have appeared that allow collecting large amounts of information at all stages of the company's operational cycle, which makes it possible to use big data technologies more efficiently.

Employees in the field of financial reporting should be as familiar as possible with trends and developments in this area.

Keywords: Big Data, analysis, tax authority, data.

Sommerfeld D.V.

Scientific adviser: Stiller M.V., Candidate of Economics

Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping

E-mail: dsommerfeld@bk.ru

УДК 339.38:334.722.8

ИССЛЕДОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ И СТРАТЕГИИ ПАО «ЛУКОЙЛ»

Сытник О.А.

*Научный руководитель: Дудник В.В., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В данной статье рассмотрена товарная политика как фактор эффективного функционирования предприятия, а также проведен анализ маркетинговой стратегии для определения позиции предприятия на рынке и дальнейших путей его развития.

Ключевые слова: товарная политика, маркетинговая товарная стратегия, ассортимент.

В условиях современного рынка крайне сложно поддерживать достаточный уровень конкурентоспособности.

Каждый день компании выпускают все больше новой продукции, работают над ее усовершенствованием, дизайном, качеством, при этом пытаются оставаться в конкурентоспособной ценовой нише, не в ущерб собственным интересам и производству.

Для того, чтобы занять достаточно высокую позицию на рынке и при этом удержать ее, компаниями, в особенности крупными предприятиями, используется маркетинговый комплекс для изучения рынка и в ходе полученных результатов производится выбор стратегии для дальнейшего роста компании на рынке.

Такой подход в деятельности компании позволяет не только оценить уровень соответствия спроса и предложения касательно конкретного предприятия, но и определить реальные возможности фирмы, а также уделить особое внимание слабым местам, если таковые имеются.

Для лучшей наглядности анализ маркетинговой стратегии в отношении товарной политики будет проведен на примере ПАО «ЛУКОЙЛ».

В первую очередь будет проведен комплексный анализ товарной политики предприятия для того, чтобы понять, насколько она развита, и какое место занимает фирма на товарном рынке.

Анализ товарной политики будет проведен по следующим составляющим:

1. Ассортиментная политика.

Ассортимент представлен по следующим направлениям:

- нефтепродукты
- газ
- энергия
- нефтехимия
- масла и технические жидкости
- для авиации
- для судов
- совместный бизнес на АЗС

По широкому спектру продукции можно сказать, что компания очень внимательна к запросам своих потребителей и производит продукцию для разного рода клиентов [1].

2. Расширение марочного ассортимента

За последние несколько лет компания увеличила свой ассортимент до 336 марок. При этом ЛУКОЙЛ не собирается останавливаться на достигнутом – в 2022 году компания предполагала выпуск более 40 марок полиэтилена для различных областей

применения на фталатных и бесфталатных катализаторах 6-го поколения и более 56 марок с ПТР от 0,2 до 100 г/10 мин.

Также, в планах компании увеличить наработку гомополимера марки PPG1034-04 для выпуска БОПП-пленок, а также усилить рецептуру марок полипропилена PPG1088-10 и PPG2080-32 для производства каст-пленок (СРР). Что говорит о том, что ЛУКОЙЛ не смотря на лидерство на рынке продолжает развиваться в разных направлениях и работать над удовлетворением запросов рынка [2].

3. Политика в сфере качества.

На предприятии разработана целая система управления качеством, а именно:

- внедрены сертифицированные системы управления качеством с учетом специфики групп выпускаемых продуктов;
- во всех организациях нефтепереработки и сбыта нефтепродуктов утверждены корпоративные стандарты, регламентирующие систему контроля качества;
- системы менеджмента качества сертифицированы на соответствие международным и российским отраслевым стандартом;
- в Технических регламентах и отраслевых стандартах содержатся обязательные требования к качеству и выпуску в обращение на рынок топливных продуктов и смазочных жидкостей, согласно которым обеспечивается безопасность жизни и здоровье потребителей, а также допустимый уровень воздействия на окружающую среду.

Системе качества продукции также можно дать высокую оценку, так как ПАО «ЛУКОЙЛ» очень тщательно следит не только за качеством своей продукции, но и за соответствием ее установленным нормам [3].

4. Упаковка продукции

Тщательно компания подходит и к разработке упаковки для своей продукции. В 2020 году ЛУКОЙЛ представили новый дизайн упаковки для моторных масел. Среди преимуществ этикетки были выделены ее более высокая информативность и функциональность, а также она подчеркивает оригинальность продукции и повышает ее узнаваемость. Дополнительно стоит отметить, что перед разработкой новой упаковки проводилось исследование среди российских автовладельцев, которые в итоге отмечали, что дизайн данной линейки лучше всего соответствует их потребностям, а также подчеркивает качество и премиальность продукта [4].

Исходя из проведенного анализа можно сказать, что компания на равном уровне следит за каждым аспектом своей товарной политики, что позволяет ей не только заручиться лояльностью своих потребителей, но и обеспечивает ее конкурентоспособность на существующем рынке.

Развитие является основной задачей для большинства предприятий. Оно может принимать различные формы, но конечная финансовая выгода, как правило, является наиболее важным результатом. Однако для достижения устойчивого роста предприятиям необходимо определить наилучшие способы расширения. Чтобы привести компанию к успешному будущему, требуется тщательная разработка стратегии. Стоит ли расширять ассортимент продуктов? Может быть, лучше найти новые рынки. Или необходимо найти совершенно новый продукт и полностью выйти на рынок? На данные вопросы можно ответить с помощью матрицы Ансоффа – это инструмент, который может помочь определить наилучший путь для роста компании.

Матрица была разработана прикладным математиком и бизнес-менеджером Ансоффом и опубликована в Harvard Business Review в 1957 году. Матрица, также известная как «матрица миссии продукта», представляет собой матрицу 2x2, которая обеспечивает 4 возможные стратегии роста бизнеса – проникновение на рынок, развитие

рынка, развитие продукта и диверсификацию. Два из них сосредоточены на продукте, а два других – на рынке. Каждая из этих стратегий роста имеет различную степень риска.

Товарные стратегии определяют цели, задачи и тактику поведения предприятия в сфере товарной конкуренции на рынке. Обычно в маркетинге выделяют четыре вида товарных стратегий:

1. Стратегия 1. Новый товар на новом рынке. Стратегия диверсификации подталкивает предприятия не только к диверсификации своего продуктового портфеля за счет внедрения новых продуктов на рынке, но и к выходу на новые рынки. Очевидно, что это сопряжено с наибольшим риском среди всех стратегий. Если бизнес-исследование выявит огромный рыночный потенциал для нового продукта, бизнес может совершить скачок и утвердиться в качестве лидера рынка. Диверсификация бизнеса может быть либо связанной, когда они переходят на знакомую территорию, либо несвязанной диверсификацией, когда бизнес принимает совершенно новое направление.

На основании табл.1 можно говорить о том, что выбор данной стратегии нецелесообразен в связи с тем, что ПАО «ЛУКОЙЛ» находится на достаточном уровне своего развития, является конкурентоспособной и ресурсообеспеченной, а применение данной стратегии может привести к высоким убыткам и нежелательным рискам.

Таблица 1

Анализ возможности применения стратегии диверсификации

Стратегия диверсификации	Вопрос: есть ли необходимость компании в диверсификации портфеля?		
	Возможна	Вероятна	Не возможна
<i>Описать новый рынок и новый товар</i>	Новый рынок: оптовая торговля в Индии Новый товар: синтетические присадки		
Темпы роста текущих рынков компании	Стагнация или снижение объема рынка	Замедляющийся, но растущий	Высокий
Конкуренция на текущих рынках	высокий уровень	тенденции к ужесточению	низкий уровень
Компания имеет дополнительные свободные ресурсы для развития бизнеса на новом рынке	Да		Нет
Компания имеет определенный уровень компетенции (или может достичь его) для ведения бизнеса на новом рынке	Да		Нет
Возможности роста на текущих рынках и с помощью текущих товаров	Минимальны и отсутствуют		Есть

2. Стратегия 2. Новый товар на старом рынке. Эта стратегия включает в себя разработку новых продуктов для существующего рынка. Если потребности существующих клиентов развиваются, и предприятие хочет максимизировать прибыль, используя только текущий рынок, тогда можно разрабатывать новые продукты, которых нет на рынке. Можно разрабатывать новые решения уникальных проблем клиентов. Для этого требуется много исследований клиентов и способность к быстрым инновациям. Это также сопряжено с умеренным риском, поскольку потребуются потратить много времени, усилий и денег на разработку продуктов, которые могут работать, а могут и не работать.

Применение стратегии развития товара (табл.2) возможна, так как у ПАО «ЛУКОЙЛ» есть возможности для разработки и выпуска новой продукции, однако

данная стратегия является не совсем подходящей, так как исходя из анализа товарной политики было выяснено, что компания постоянно обновляет свою продукцию стремясь удовлетворить потребности рынка, а также стремится расширить свой ассортимент.

Таблица 2

Анализ возможности применения стратегии развития товара

Стратегия развития товара	Вопрос: сможет ли компания успешно расширить ассортимент товаров на текущем рынке?		
	Возможна	Вероятна	Не возможна
<i>Описать текущий рынок и новый товар</i>	Текущий рынок: розничная торговля нефтепродуктами Новый товар: смазочные масла		
Темпы роста текущего рынка	Высокий	Замедляющийся, но растущий	Стагнация или снижение объема рынка
Размер текущего рынка (для бизнеса компании)	Большой	Средний	Небольшой
Текущий товар устарел, имеет недостатки или находится на последней стадии жизненного цикла товара	Да	Намечаются тенденции к снижению спроса на текущий товар	Нет
Внутриотраслевая конкуренция	высокий уровень	тенденции к ужесточению	низкий уровень
Угроза входа новых игроков	Да		Нет
Если успех в отрасли зависит от инновационности и постоянного предложения новых продуктов	Да		Нет
Уровень обновления ассортимента и появления новинок у ключевых конкурентов	Высокий		Низкий

3. Стратегия 3. Старый товар на новом рынке. Стратегия развития рынка требует от бизнеса определения новых рынков для существующих продуктов. Прежде чем выходить на новый рынок, необходимо провести тщательный анализ этого географического региона, то есть проанализировать политические, экономические, социальные, технологические, правовые и экологические факторы, которые могут стать возможностью или угрозой для бизнеса. Поскольку будет осваиваться новую область, эта стратегия более рискованна по сравнению с предыдущей.

Стратегия развития рынка (рис.3) на данном этапе развития ПАО «ЛУКОЙЛ» является наиболее подходящей, так как у компании есть удачный опыт и ресурсы для продвижения продукции. На данном рынке есть спрос, который компания в состоянии удовлетворить, а также небольшое количество конкурентов, что дает возможность более эффективного продвижения на новом рынке.

Таблица 3

Анализ возможности применения стратегии развития рынка

Стратегия развития рынка	Вопрос: сможет ли компания выйти с текущим товаром на новые рынки?		
	Возможна	Вероятна	Не возможна
<i>Описать новый рынок и текущий товар</i>	Новый рынок: розничная торговля в странах Европы Текущий товар: нефтепродукты		
Компания успешна в текущей деятельности (товар компании является востребованным на текущем рынке или к нему высокая лояльность)	Да	Есть мелкие недочеты	Нет, необходимо совершенствовать продукт
Кол-во игроков на новом рынке	Небольшое количество	Средний уровень насыщения рынка (3-10)	Высокий уровень

	игроков (1-3)		насыщения рынка
Входные барьеры на новом рынке	Практически отсутствуют	Есть, но недостаточно высокие	Высокий уровень входных барьеров
Темпы роста нового рынка	Высокий	Замедляющийся, но растущий	Стагнация или снижение объема рынка
Товар обладает уникальными свойствами, имеет конкурентное преимущество (в сравнении с крупными игроками рынка) или компания владеет уникальной технологией или компания имеет уникальную прибыльную модель ведения бизнеса	Да		Нет
Компания обладает дополнительным капиталом для инвестирования развития новых рынков	Да		Нет

4. Стратегия 4. Старый товар на старом рынке. Акцент на удержании завоеванных на рынке позиций и отказ от риска, связанного с внедрением инноваций. В рамках стратегии проникновения на рынок предприятия стремятся увеличить свою долю рынка с помощью существующих продуктов на текущем рынке. Это наименее рискованная стратегия, поскольку новые продукты и новые рынки не изучаются. Сценарий возможен, если сам рынок растет. Используя агрессивную маркетинговую тактику и участвуя в ценовых войнах, компании могут получить большую долю рынка по сравнению со своими конкурентами.

Данная стратегия (табл.4) является неподходящей для компании по причине того, что:

- компания является лидирующей в отрасли;
- с каждым годом спектр ассортимента ЛУКОЙЛ растет, что позволяет компании охватить и удовлетворить большую часть возникающего на рынке спроса;
- компания добилась того, что ее бренд узнаваем при чем на протяжении уже многих лет.

Таблица 4

Анализ возможности применения стратегии проникновения

Стратегия проникновения	Вопрос: есть ли возможности и перспективы роста на текущем рынке компании?		
	Возможна	Вероятна	Не возможна
<i>Описать текущий рынок и текущий товар</i>	Текущий рынок: Розничная торговля нефтепродуктами Текущий товар: нефтепродукты		
Темп роста рынка	Высокий	Замедляющийся, но растущий	Стагнация или снижение объема рынка
Уровень потребления товара компании среди ЦА	Ниже, чем в среднем по рынку	на уровне среднерыночных показателей	Выше, чем в среднем по рынку
Частота использования товара ЦА	Максимальна	Умеренна	Низка
Уровень дистрибуции товара на рынке (или доступа к товару)	Ниже, чем в среднем по рынку	на уровне среднерыночных показателей	Выше, чем в среднем по рынку
Уровень знания бренда	Ниже, чем в среднем по рынку	на уровне среднерыночных показателей	Выше, чем в среднем по рынку
Экономия от масштаба	Есть		Нет

Товар компании имеет конкурентное преимущество на текущем рынке (по сравнению с товарами конкурентов)	Да		Нет
Возможности к высокому уровню инвестиций	Есть		Нет

Выбор товарной стратегии (табл.5) зависит от трех видов факторов: особенностей (свойств) товара, особенностей (потребностей) покупателей и особенностей конкуренции на рынке. При этом основная функция маркетинга при реализации товарной политики заключается в изучении потребностей покупателей и в разработке концепций конкурентоспособных товаров на рынке [5].

Таблица 5

Выбор товарной стратегии ПАО «ЛУКОЙЛ»

Вариант стратегии	Возможность	Описание
Стратегия проникновения	Вероятна	Есть все шансы в реализации данной стратегии у компании. Не смотря на низкие возможности к дополнительному инвестированию, необходимо постепенно развивать частоту покупки нефтепродуктов.
Стратегия развития рынка	Возможна	Выход в страны Европы - отличный источник роста, так как у компании уже есть подобный опыт ведение бизнеса в других странах. Компания обладает всеми ресурсами и возможностями к его реализации.
Стратегия развития товара	Вероятна	Компания обладает всеми ресурсами для расширения ассортимента компании и ввода новой категории - смазочные масла
Стратегия диверсификации	Вероятна	На новом рынке наблюдаются высокие темпы роста, однако компания имеет определенный уровень компетенции и дополнительные свободные ресурсы для ведения бизнеса.

Исходя из табл.5 можно сказать, что наиболее предпочтительной стратегией для ПАО ЛУКОЙЛ будет являться стратегия развития рынка.

Матрица Ансоффа часто используется в сочетании с другими инструментами бизнес- и отраслевого анализа, такими как матрицы PESTEL, SWOT и 5 конкурентных сил Портера, для поддержки более надежных оценок факторов роста бизнеса. Комплексная проверка включает в себя способность эффективно моделировать факторы роста, поскольку они могут оказать глубокое влияние на оценочные оценки и важные показатели кредитоспособности.

Подводя итог проведенному анализу, нужно сделать акцент на важности товарной политики в функционировании торгового предприятия, ведь она предусматривает решение задач, связанных с тем, какой товар и для какого типа потребителя его производить. Основной особенностью товарной политики в маркетинге является ее направленность на удовлетворение потребностей покупателей. Дополнительно следует отметить, что на дальнейший успех и функционирование предприятия в целом зависит правильно выбранная маркетинговая стратегия в отношении товарной политики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Продукция ПАО «ЛУКОЙЛ». [Электронный ресурс].–URL: <https://lukoil.ru/Products>
2. «Лукойл» планирует значительно расширить марочный ассортимент полимеров. [Электронный ресурс].–URL: https://plastinfo.ru/information/news/48964_08.02.2022/
3. Управление качеством продукции ПАО «ЛУКОЙЛ». [Электронный ресурс].–URL: <https://lukoil.ru/Sustainability/supplychain/QualityManagement>
4. «Лукойл» представляет новый дизайн упаковки моторных масел. [Электронный ресурс].–URL: <https://www.ixbt.com/live/market/lukoil-predstavlyaet-novyuy-dizayn-upakovki-motornyh-masel.html>

5. Калужский М.Л. Практический маркетинг: Учебное пособие / М.Л. Калужский. – СПб.: Питер, 2012. – 172 с. – ISBN 978-5-459-01214-9. – Гл. 3.
6. Complete Guide to Ansoff Matrix Model & Business Growth Strategies [Электронный ресурс].– URL: <https://slideteam.medium.com/complete-guide-to-ansoff-matrix-model-business-growth-strategies-48b59aef7535>
7. Ansoff matrix: what it is, and how to use it [Электронный ресурс].– URL: <https://blog.mindmanager.com/ansoff-matrix/>

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN RELATION TO THE PRODUCT POLICY OF THE ENTERPRISE

Abstract. The article considers the product policy as a factor of effective functioning of the enterprise, and also analyzes the marketing strategy to determine the position of the company in the market and further ways of its development.

Key words: product policy, marketing product strategy, assortment.

Sytnik O.A.

Scientific adviser: V.V. Dudnik, Ph.D., Associate Professor

E-mail: olesya.sytnik.00@mail.ru

УДК 331.5-053.6

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**Татарина В.С.****Научный руководитель: Комарницкая Е.В., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»**

Аннотация. В данной работе рассматривается эффективность деятельности предприятия ООО «Лаконд», а так же поиск путей ее повышения. Как известно, самое главное условие стабильной и продуктивной работы любого предприятия является наличие слаженной системы управления, показателями которой являются результативность и способность адаптироваться к изменениям во внутренней и внешней среде.
Ключевые слова: предприятие, эффективность, результат, оценка, управление.

Актуальность темы исследования. Благодаря диагностике эффективности деятельности предприятия можно выявить его сильные и слабые стороны, а так же провести мониторинг результативности деятельности компании, который позволяет сделать комплексную оценку экономической эффективности, которая не только сможет установить место и причину кризисных ситуаций, но и разработать конкретные мероприятия по их устранению.

Цель - исследование эффективности деятельности предприятия.

Результаты исследования. Кондитерская фабрика ООО «Лаконд» является открытой системой, которая характеризуется постоянным взаимодействием с внешней средой и внутренней средой. [1, с. 5] Для оценки эффективности данного предприятия, рассмотрим её микросреду и макросреду. Микросреда ООО «Лаконд» основана на силах Портера, которая включает в себя: потребителей, поставщиков, посредников и конкурентов. Она помогает оценить перспективы бизнеса на несколько лет вперед. [2, с. 12]. Основные факторы внешней среды предприятия представим в таблице 1.

Таблица 1.

Основные факторы внешней среды предприятия Лаконд

Факторы	Характеристика
Потребители	Для успешной реализации своей продукции ООО «Лаконд» учитывает психологические особенности покупателей и потребителей. Для детей, например, она выпускает конфеты с яркой и притягивающей оберткой, где будут изображены различные сказочный мир, герои, цветы и фрукты.
Поставщики	Важнейшее звено в системе данной компании. Потребители предоставляют предприятию ресурсы, которые необходимы для производства кондитерских изделий. На фабрику ООО «Лаконд» поставляется экологически чистое сырье из Российской Федерации.
Посредники	Во всех областях, где реализуется продукция ООО «Лаконд» имеет посредников. Это дилеры и брокеры. Дилеры специализируются на продаже товаров, т.е они приобретают изделия у ООО «Лаконд», а затем продают индивидуальному покупателю, так они помогают фабрике реализовать продукцию с большей скоростью и успехом, чем если бы это она сделала сама.
Конкуренты	Самым сильным Донецким конкурентом ООО «Лаконд» несомненно является фабрика «ДонКо» из г. Донецка. Она выпускает всю номенклатуру кондитерских изделий.

Несмотря на то, что фабрика ООО «Лаконд» имеет уже проверенных временем солидных посредников, поставщиков, своих постоянных клиентов и регулярно оценивает конкурентов, ей всё равно необходимо тщательно следить за любыми

изменениями в этих областях, так как это может привести к снижению эффективности деятельности предприятия. [3, с. 7]

Если говорить за макросреду, то она не поддается контролю предприятия, но фабрика ООО «Лаконд» должна пристально следить за ней и реагировать на изменения в ней, чтобы избежать каких-либо ошибок. Рассмотрим её в таблице 2.

Таблица 2.

Основные факторы внешней макросреды предприятия ООО «Лаконд»

Факторы	Характеристика
Демографический фактор	Основной потребитель продукции ООО «Лаконд» - жители Донецкой Народной и Луганской Народной Республики. В этих регионах наблюдаются такие демографические процессы, как старение населения. Этот фактор имеет негативное воздействие на экономическую деятельность предприятия «Лаконд». Основными потребителями рынка являются семьи с детьми, так как пожилые люди имеют более низкий достаток и потребляют значительно меньше сладкого.
Экономическая среда	Рассматривая экономическую ситуацию на данный момент в республиках, можно говорить, что она более чем непростая. Из-за продолжительных военных действий, многие жители республик сидят дома без работы, соответственно уменьшается спрос на кондитерские изделия. ООО «Лаконд» старается снизить цены, чтобы сохранить спрос на свою продукцию.
Научно-техническая среда	ООО «Лаконд» одна из нескольких на кондитерском рынке, которая смогла внедрить комплексную систему управления качеством, предполагающее постоянный мониторинг процессов производства и качества используемого сырья.
Политическая среда	Совет Донецкой Народной Республики разработал «Технический регламент на кондитерскую продукцию». Данный законопроект устанавливает объекты технического регулирования: кондитерская продукция и процессы ее производства, перевозки, хранения, реализации и утилизации, требования к их безопасности, правила идентификации и формы оценки соответствия установленным требованиям, а также требования к упаковке и маркировке.
Культурная среда	Время от времени осуществляются экскурсии на кондитерскую фабрику ООО «Лаконд» для детей льготной категории. В них принимают участие дети которые оказались в сложных жизненных обстоятельствах, так же многодетные и опекуны семьи.

Можем смело говорить, что анализ микросреды и макросреды позволяет предприятию свести до минимума те опасные и негативные последствия, с которыми оно может столкнуться, если не решит определённые проблемы.

Оценка сильных и слабых сторон характеризует наличие у предприятия стратегических перспектив и возможность их реализации. Поэтому выявим наиболее сильные и слабые стороны предприятия ООО «Лаконд» в таблице 3.

Таблица 3.

Сильные и слабые стороны предприятия

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Широкий ассортимент продукции	1. Слабая политика продвижения товаров
2. Гибкая ценовая политика	2. Финансовая нестабильность
3. Постоянное отслеживание качества продукции	3. Средний уровень прибыли
4. Отлаженная система стимулирования труда	4. Производственные мощности загружены не по полной
5. Переподготовка и повышения квалификации кадров	5. Персонал не участвует в принятии управленческих решений.
6. Внедрение новых вкусов кондитерских изделий	

Для того, чтобы слабые стороны, перешли в сильные, нужно провести такие мероприятия:

1. Расширить сбыт через новые каналы;
2. Снизить затраты, т.е. улучшить контроль за расходами; изменить структуру долговых обязательств; пересмотреть долгосрочные обязательства на предмет перевода их в краткосрочные.
3. Проводить рекламные кампании, стимулирующие спрос; разрабатывать бонусные схемы, программы скидок; оптимизировать штат сотрудников, пересмотреть условия оплаты труда и премирования
4. Перераспределить загрузку мощностей и оборудования; высвободить мощности за счет перегруппировки; увеличить время работы действующего оборудования, сократить простои.
5. Менеджеру применить «модель участия в управлении», чтобы осуществлялся двусторонний социальный обмен с сотрудниками, наделяя их дополнительными правами.

Так же ООО «Лаконд» для привлечения покупателей и продвижения своей продукции, использует специальные инструменты интернет-маркетинга. Рассмотрим их в матрице Росситера – Перси 4.

Таблица 4.

Инструменты интернет-маркетинга по матрице Росситера- Перси

Инструменты интернет-маркетинга	Высокая вовлеченность		Низкая вовлеченность	
	Информационный мотив	Трансформационный мотив	Информационный мотив	Трансформационный мотив
Веб-сайт	+++	+	+	+
Баннерная реклама	+++	+++		
Работа со СМИ		+++		
Электронная почта	+++	+	+	+
Ведение сообществ в социальных сетях	+	+++		

По данной матрице, можем сделать вывод, что самую высокую вовлеченность имеют инструменты: веб-сайт и баннерная реклама, благодаря им, потенциальные покупатели, могут посмотреть цены и информацию об кондитерские изделия, а также состав продукции. На электронную почту можно отправить свой отзыв и пожелания, а также написать жалобы, но данный инструмент имеет не сильно высокую вовлеченность. Ведение сообществ в соц. сетях аналогично, имеется информация по продукции, а также проводятся конкурсы, но всё это можно увидеть и на веб-сайте компании, поэтому жители республики не так часто заходят в сообщество кондитерской компании.

Результаты исследований. ООО Лаконд имеет широкий ассортимент продукции, гибкую ценовую политику, отлаженную систему стимулирования труда, однако сложная политическая обстановка в Республике и усиленные боевые действия приводят к нестабильным поставкам сырья со стороны поставщиков, повышению цен на сырье, росту преимуществ у конкурентов РФ и снижение материального благосостояния людей. Поэтому предприятию ООО «Лаконд» следует расширить рынок с помощью выхода в новые регионы Республики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Авдеева, И.Л. Методы управления организацией / И.Л. Авдеева, Т.А., Головина, Л.В. Парахина // Вопросы управления. - № 6. 2017. – С.5-6
2. Акаткин, Ю.М. Проблема эффективности организации / Ю.М. Акаткин Е.Д. Ясиновская // М.: Аспект Пресс, 2012. – С. 7-8
3. Комарницкая, Е.В. Усовершенствование методов оценки конкурентоспособности предприятия / Е.В. Комарницкая. – Вестник ДонНУ Серия В: Экономика и право. – 2017. –№ 1 – С. 55-63.

IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE

Annotation. This paper examines the efficiency of the company "Lakond", as well as the search for ways to improve it. As you know, the most important condition for stable and productive work of any enterprise is the presence of a well-coordinated management system, the indicators of which are effectiveness and the ability to adapt to changes in the internal and external environment.

Keywords: enterprise, efficiency, result, evaluation, management.

Tatarinova V.S

Scientific supervisor : Komarnitskaya E.V., Candidate of Economic Sciences

Donetsk National University

E-mail: vfedya22@gmail.com

УДК 338.22

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ

Тищенко И.А.

*Научный руководитель: Дубель В. М., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В статье рассмотрены основы формирования государственной экономической политики. Представлена классификация инструментов государственного регулирования экономической политики. Проанализированы особенности реализации экономической политики государства в базовых моделях хозяйствования.

Ключевые слова: экономическая политика, государство, механизм, управление, регулирование.

Актуальность. Фундаментом любого государства является экономическая политика, которая представляет собой систему мер, предпринимаемых государством по обеспечению процесса управления социальным и экономическим развитием, функционирования экономической системы, поддержания и регулирования конкуренции, рационального распределения ресурсов для регулирования структуры национального продукта государства, а также реализации общественных интересов, сформированных в контексте определенных ценностей и потребностей [1]. Государственная экономическая политика позволяет осуществлять долгосрочное национальное планирование экономического роста и развития государства. Целью стратегического планирования экономической политики является обеспечение экономической безопасности на основе использования денежно-кредитных, бюджетных, валютных рычагов и налоговых инструментов. В условиях динамично изменяющегося внешнего окружения формируются определённые проблемы в функционировании механизма реализации экономической политики государства. С целью решения данной проблемы необходимо формировать определенный комплекс мероприятий по регулированию государственной экономической политики, чем и обусловлена актуальность выбранной темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Различным аспектам реализации государственной экономической политики посвящены работы следующих ученых: В.Д. Камаев [1], А.Н. Лякин [2], В.В. Андросов [3], А. М. Ходачек [4], Дж.М. Кейн, А. Г. Барабашев [5] и др.

Целью работы является рассмотрение особенностей реализации экономической политике в Донецкой Народной Республике.

Результаты исследования. Государство реализует регулирование экономических функций на основе проведения экономической политики. Экономическая политика государства представляет собой систему экономических отношений, которые возникают между государством, надгосударственными и негосударственными субъектами по поводу отраслевой, региональной структуры хозяйства, условий накопления капитала, денежного обращения, платежного баланса, занятости, цен, НИОКР, внешнеэкономических связей, условий конкуренции с целью развития экономики и повышения благосостояния нации [2]. Исходя из данной трактовки следует, что субъектами экономической политики выступают:

1) государство, наделенное экономической и политической властью, при помощи которой оно согласовывает хозяйственные интересы различных групп, направляет их на достижение определенных целей;

- 2) законодательная власть – определяет и утверждает основные направления экономической политики;
- 3) исполнительная власть – отвечает за реализацию экономической политики;
- 4) негосударственные союзы и объединения, оказывающие властное давление на те властные структуры, которые определяют экономическую политику и реализуют ее;

5) институты имеющие надгосударственный характер.

Все субъекты экономической политики тесно взаимосвязаны друг с другом и благодаря их слаженной работе достигается баланс в развитии государства [3]. В основе функционирования системы субъектов экономической политики лежат определенные положения по ее формированию и реализации (рис. 1).

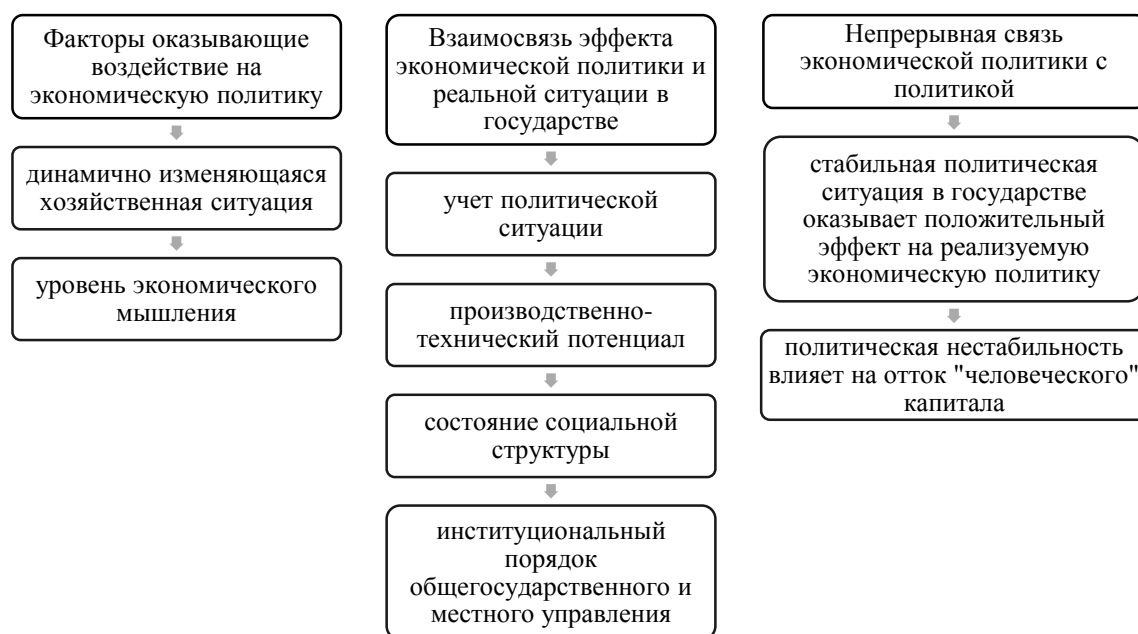


Рис. 1. Положения, формирующие экономическую политику государства

Эффект экономической политики государства выше в том случае, когда достигается равновесие в выше перечисленных компонентах. Для эффективной реализации экономической политики необходимо разрабатывать механизм реализации государственной региональной экономической политики [4]. Основой данного механизма является система конкретных экономических рычагов и организационно-экономических средств, которые:

- осуществляют государственное влияние на пространственную организацию общества;
- обеспечивают социально-экономическое развитие регионов;
- модернизируют структуру хозяйственного комплекса регионов.

Государственное регулирование экономической политики на региональном уровне реализуется на основе административных, экономических и правовых рычагов. Система рычагов призвана обеспечить достижение сбалансированного равновесия между экономической целесообразностью и социальной эффективностью. Инструменты госрегулирования можно классифицировать следующим образом (рис. 2).

Методы регулирования экономической политики в мировой практике объединены в три группы [3]:

- 1) прогнозирование, планирование и экономическое программирование;
- 2) бюджетно-налоговая система;

3) использование различных макроэкономических и микроэкономических регулирующих инструментов;

4) создание специальных экономических зон.



Рис. 2. Классификация инструментов госрегулирования

Рассмотрим особенности реализации государственной экономической политики в базовых моделях хозяйствования (табл. 1).

Таблица 1

Особенности реализации экономической политики государства в базовых моделях хозяйствования [2]

Критерий сравнения	Традиционная модель хозяйствования	Командно-административная модель хозяйствования	Современные смешанные модели хозяйствования
Собственность	Доминирование частной собственности	Доминирование общественной собственности	Все формы собственности
Характерные черты	Примитивные технологии, в первую очередь связанные с первичной обработкой природных ресурсов, преобладание ручного труда	Общественная (а в реальности государственная) собственность практически на все экономические ресурсы, сильная монополизация и бюрократизация экономики, централизованное, директивное, экономическое планирование как основа хозяйственного механизма	Включает как частную и корпоративную, так и общественную, либо государственную собственность на средства производства
Реализация экономической политики	Регулирование общинного имущества отдельной группой почетных граждан или старейшин	Власть полностью регулирует и контролирует все экономические процессы	Государство может воздействовать на хозяйственные процессы за счет инструментов финансовой и налоговой политики
Управление	В принятии решений руководствуются традициями и общепринятыми правилами. Решения направлены на	Воздействие осуществляется на основе прямых административных методов. Формирование представления об экономическом развитии делалось на основе планов,	Частные предприниматели и физические лица принимают независимые финансовые

	достижение общего блага	которые утверждались руководством страны	решения, однако их автономия ограничена тем, что государство или общество обладает приоритетом в этих финансовых вопросах
Страны для которых характерна модель хозяйствования	В настоящее время традиционная экономическая система сохранилась в некоторых наиболее отсталых странах Азии и Африки, хотя ее элементы сохраняются и в странах среднего уровня развития.	Господствовала ранее в СССР, странах Восточной Европы и ряде азиатских государств	Смешанная модель хозяйствования доминирует в США, ФРГ, Японии, Швеции, Китае, России

Экономическая политика государства в разных моделях хозяйствования реализовалась по-разному. В каждой модели есть преимущества и недостатки. На реализацию экономической политики государства влияют традиции, каноны, культура, государственное устройство [5].

С целью эффективной реализации экономической политики государства необходимо разрабатывать направления совершенствования механизма государственной экономической политики. К основным направлениям совершенствования механизма можно отнести:

формирование инфраструктуры для эффективного взаимодействия научных организаций и предпринимателей, с целью разработки технологий, которые будут активно внедрять на рынок и обеспечивать устойчивый рост экономики в долгосрочной перспективе;

стимулирование предпринимательской инициативы населения основой которого является поддержка малого и среднего бизнеса на основе использования прозрачных рычагов административного и налогового регулирования предпринимательских отношений;

совершенствование образовательной системы, на основе подготовки высококвалифицированных специалистов в новых сферах общественной деятельности вызванной стремительным развитием науки, техники и технологий (например, подготовка кадров в сфере информационных технологий);

снижение административного и налогового давления на предпринимателей;

содействие развитию безопасных видов экономической деятельности, которые бережно относятся к окружающей природной среде.

Выводы. Экономическая политика является эффективным инструментом в поддержании сбалансированного развития государства. На основе экономической политики определяются цели и приоритеты стратегического развития государства. На реализацию экономической политики государства влияют экономические параметры, политические, социальные, организационные, психологические факторы. Экономическая политика государства основывается на национальных стратегиях долгосрочного развития, которая формируется на основе планирования и прогнозирования. Государственное управление является непосредственным инструментом реализации экономической политики в государстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Государство и экономическая политика // Экономическая теория: Учебник для студентов высших учебных заведений / Под ред. В.Д. Камаева. — 8-е изд., перераб. и доп. — М.: Гуманит. изд. Центр ВЛАДОС, 2002. — 640 с.
2. Экономическая политика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Н. Лякин [и др.] ; под редакцией А. Н. Лякина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 432 с.
3. Андросов В.В. Экономическая политика: вопросы методологии / В.В. Андросов // Актуальные вопросы экономики управления. – 2010. – №2 (018). – С. 6-11.
4. Ходачек А. М. Экономические механизмы и средства реализации региональной экономической политики / А. М. Ходачек // Инновационная экономика. – 2017 – № 3 (221) – С. 18-26.
5. Барабашев А. Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2016. – № 3. – С. 163-194.

**ECONOMIC POLICY OF THE STATE AND PROBLEMS OF ITS
IMPLEMENTATION**

Annotation. The article considers the foundations of the formation of state economic policy. A classification of instruments of state regulation of economic policy is presented. The features of the implementation of the economic policy of the state in the basic models of management are analyzed.

Keywords: economic policy, state, mechanism, management, regulation.

Tishchenko I.A.

Scientific adviser: V. M. Dubel, Ph.D., Associate Professor

Donetsk National University

E-mail: tisenkoiness@gmail.com

УДК 657

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА И ФОРМИРОВАНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ОТНОСИТЕЛЬНО ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Топчий Д.В.

*Научный руководитель: Козырева С.Д., старший преподаватель
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В данной работе рассматриваются особенности организации учета и формирования учетной политики относительно дебиторской задолженности на предприятиях жилищно-коммунального хозяйства в условиях переходного периода. Характеризуется практика оказания услуг, а также порядок учета расчетов по ним. Выявлены особенности деятельности жилищно-коммунального хозяйства, а также представлены основные положения учетной политики в отношении дебиторской задолженности.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, управляющая организация, жилищный фонд, учетная политика, дебиторская задолженность.

Актуальность темы исследования. Одной из важнейших составляющих системы жизнеобеспечения граждан является сфера жилищно-коммунальных услуг. Проблемы функционирования организаций данной отрасли незамедлительно отражаются на качестве услуг, а соответственно и на качестве жизни населения. Для обеспечения грамотного функционирования предприятия руководителям следует уделять особое внимание организации учета и формированию учетной политики относительно дебиторской задолженности. Тщательно отработанный механизм организации учетной работы коммунального предприятия позволит оперативно определять внутренние и внешние возможности для повышения эффективности управления предприятием и взыскания дебиторской задолженности.

Анализ последних исследований. Данной проблемой занимались такие отечественные и зарубежные ученые: Бабаев Ю.А. [8], Гетьман В.Г. [9], Филина Ф.Н. [10], Бланк И.А. [11], Ковалева В.В. [12], Астахов В.П. [13], Безруких П.С. [14], Володин А.А. [15] и многие другие. Тем не менее, развитие экономики и технологий требует постоянного совершенствования и дальнейшего изучения исследуемых явлений.

Целью исследования является изучение особенностей организации учета и формирования учетной политики относительно дебиторской задолженности на предприятиях жилищно-коммунального хозяйства.

Результаты исследования. Социально-экономическая ситуация в государстве во многом зависит от состояния жизнеобеспечивающих инфраструктурных отраслей, особое место среди которых занимает жилищно-коммунальный комплекс. Жилищно-коммунальное хозяйство – это сложный многоотраслевой производственно-технический комплекс, в который входят предприятия, обеспечивающие содержание жилищного фонда, жилищное хозяйство и ремонтно-эксплуатационное производство, водоснабжение и водоотведение, коммунальная энергетика, внешнее городское благоустройство [1, с.130]. Коммунальное хозяйство представляет собой совокупность предприятий, служб и хозяйств по обслуживанию населения городов, поселков и сел; в городах входит в состав городского хозяйства.

Обобщенная структурная схема жилищно-коммунального хозяйства представлена на рис. 1.

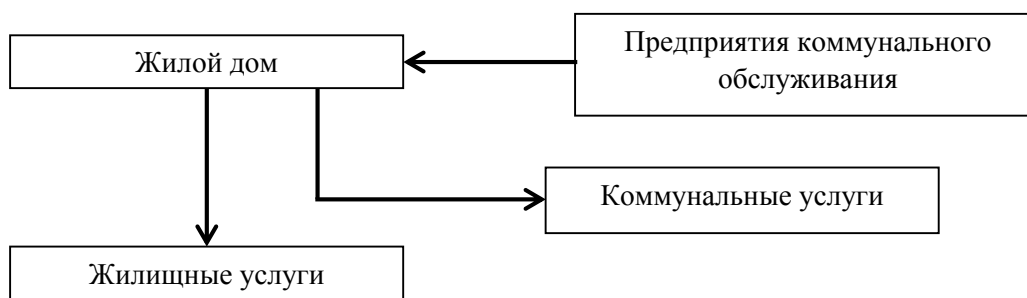


Рис. 1. Обобщенная структурная схема жилищно-коммунального хозяйства

Выделяются следующие особенности деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства:

- совпадение места производства и потребления производимых услуг отрасли;
- наличие большого числа подотраслей, отличающихся своими функциями в общей системе, фондоемкостью, трудоемкостью производства услуг, уровнем монополизации производства, различной адаптивной способностью к включению в развитие рыночных отношений;
- воздействие жилищного хозяйства на развитие других сфер городской экономики.

Степень развития и объем деятельности коммунального хозяйства непосредственно влияют на уровень благосостояния населения, бытовые условия его жизни, санитарно-гигиенические условия и чистоту водного и воздушного бассейнов, а также на уровень производительности труда.

Основу жилищной сферы города составляет жилищный фонд: жилые дома, специализированные дома (общежития, маневренный фонд, дома-интернаты для ветеранов и т.д.), жилые служебные помещения в других строениях, пригодные для проживания.

Жилищный фонд подразделяется на следующие виды: частный; государственный; муниципальный; общественный; коллективный [2].

Организацию и построение бухгалтерского учета и отчетности на предприятиях жилищно-коммунального хозяйства логично рассматривать в качестве ключевого критерия эффективности всей системы управления предприятием, используя принцип системного подхода, который анализирует стандартные учетные характеристики, а также особенности учета на указанных предприятиях.

Отличительной чертой бухгалтерского учета в сфере жилищно-коммунального хозяйства является наличие неограниченного числа внешних пользователей - конечных потребителей услуг, которым предоставлено право получать в определенные сроки и в определенной форме любую информацию о состоянии расчетов за услуги.

В условиях переходного периода в связи с включением Донецкой Народной Республики в состав Российской Федерации следует отметить, что в РФ обслуживание жилого фонда закреплено за управляющими компаниями, которые в большинстве своем представлены целым рядом организаций негосударственной формы собственности. Жильцы многоквартирного дома имеют право выбора обслуживающей управляющей компании по решению своего собрания. В связи с этим в условиях конкуренции при проведении выбора учитывается качество предоставляемых услуг, их стоимость, а также финансовое состояние предприятия. С целью обеспечения прозрачности со стороны предприятия должен быть открыт доступ к информации:

- об основных показателях финансово-хозяйственной деятельности,
- об оказываемых услугах и выполняемых работах по содержанию и ремонту общего имущества в многоквартирном доме,
- о порядке и условиях их оказания и выполнения, стоимости и ценах (тарифах) на предоставляемые коммунальные услуги.

Особенности деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства обуславливают порядок организации аналитического учета расходов управляющей организации в части оказываемых услуг. В частности, плата за жилое помещение для собственника жилья многоквартирного дома подразумевает под собой плату за содержание жилого помещения, включающую в себя плату за услуги, работы по управлению многоквартирным домом, за содержание и текущий ремонт общего имущества в многоквартирном доме [3, с.14]. Такая трактовка Жилищного кодекса Российской Федерации предполагает особый порядок учета управленческих расходов, рассматривая последние в качестве расходов основного вида производства - оказания целого комплекса жилищных услуг по управлению многоквартирным домом собственникам, что обеспечивает информативность учетных процессов и надлежащий контроль за их оперативным учетом.

Специфика бухгалтерского учета в управляющих компаниях просматривается и в методике ведения лицевых счетов, имеющих уникальную нумерацию для каждого жилого и нежилого помещения в многоквартирном доме, и в методике расчетов доходов и расходов как в целом по управляемому жилищному фонду, так и в разрезе каждого отдельно взятого многоквартирного дома, а также и в применении особенной системы совокупных действующих расчетов в случае необходимости проведения предусмотренного законодательством перерасчета цен на предоставленные собственникам услуги, признанные решением компетентного суда некачественными.

Немаловажным специфическим фактором ведения общехозяйственной деятельности, характерным только для отрасли жилищно-коммунального хозяйства, является ограниченная юридическая степень свободы коммерческой организации, занимающейся управлением многоквартирными домами, в выборе политики ценообразования при продаже жилищно-коммунальных услуг конечному потребителю.

Размер тарифов на содержание и текущий ремонт управляющая организация имеет право вынести на голосование на общем собрании собственников с учетом собственных предложений и рекомендаций. Управляющая организация лишена юридической возможности в одностороннем порядке повышать тариф.

Особенностью взаиморасчетов в жилищно-коммунальном хозяйстве является наличие достаточно большого числа задолжников, допускающих просрочку платежей, в связи с чем управляющая компания отражают пени информационно в ежемесячных платежных документах, выставляемых «недобросовестным плательщикам». Тем не менее отражать начисление пеней бухгалтерскими проводками совместно с начислением выручки возможно лишь по решению суда, либо по факту признания пени плательщиком. В случае добровольной оплаты пени должником в бухгалтерском учете происходит признание прочего дохода.

Несмотря на специфичность, бухгалтерский учет в секторе жилищно-коммунального хозяйства в Российской Федерации какими-либо специализированными нормативно-правовыми актами не регулируется. Отражая операции на счетах бухгалтерского учета, управляющие компании руководствуются Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкцией по его применению, утвержденными Приказом Минфина России № 94н от 31.10.2000г. [4].

В качестве руководящих документов управляющие компании используют различные нормы ПБУ (ФСБУ), методики, рекомендации, письма Минфина, самостоятельно занимаются разработкой способов ведения бухгалтерского и налогового учета, закрепляя их основы в утверждаемой приказом по предприятию учетной политике, в которой обязательно прописывается порядок отражения на счетах бухгалтерского и налогового учета следующих операций:

- начисления платы за жилищно-коммунальные услуги в разрезе услуг, утвержденных собственниками в договоре управления многоквартирным домом,
- поступления денежных средств в качестве оплаты с указанием применяемого аналитического счета;
- начислений пени, рассчитываемых в случае нарушения собственниками срока внесения оплаты, и поступлений денежных средств в уплату пени;
- оплаты государственных пошлин, перечисляемых в бюджет государства при направлении в судебные инстанции заявлений на выдачу судебных приказов о взыскании задолженности;
- начислений взносов на капремонт и поступлений денежных средств в уплату взносов на специальные расчетные счета, операций расхода целевых средств и средств, поступивших за счет субсидий из бюджетов разного уровня, на выполнение работ капитального характера.

Ответственность за организацию бухучета и соблюдение действующего законодательства РФ при выполнении хозяйственных операции несет руководитель организации. При этом главный бухгалтер отвечает за формирование учетной политики, ведение бухучета, своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской (финансовой) отчетности [5].

Расчеты по начисленной квартплате проводятся через учреждения банков и почтовой связи с участием единого информационно-расчетного центра, который создан для облегчения расчетов по коммунальным платежам. Использование данного центра позволяет гражданам оплачивать сразу за все коммунальные услуги по одному платежному документу. После того как абонент произведет оплату, деньги поступают на счет ЕРЦ, откуда затем распределяются на счета поставщиков коммунальных услуг.

Деятельность предприятий сферы жилищно-коммунального хозяйства чаще всего сводится к двум процессам: приобретение ресурсов у поставщиков и последующая перепродажа их жильцам. Первый процесс образует кредиторскую задолженность и расходы организации, второй – дебиторскую задолженность и доходы.

Учетная политика организаций жилищно-коммунального хозяйства формируется ими самостоятельно после проведения серьезной аналитической работы. Учетная политика должна быть сформирована с учетом особенностей работы в сфере жилищно-коммунального хозяйства, договорных обязательств, грамотной организации налогового учета на предприятии.

Таким образом, в качестве основных положений учетной политики в отношении дебиторской задолженности необходимо указывать следующие нормы:

- классификация дебиторской задолженности, которая необходима для достоверной оценки такой задолженности для целей бухгалтерского учета и отражения информации о такой задолженности в финансовой отчетности;
- методика и дата определения величины резерва сомнительных долгов (процедуры метода расчета резерва сомнительных долгов целесообразно изложить в приложении к Приказу об учетной политике);
- счета учета дебиторской задолженности с более развернутой детализацией счетов в рабочем Плане счетов (как приложения к Приказу об учетной политике).

Выводы. Сфера жилищно-коммунального хозяйства представлена рядом организаций, оказывающих те или иные виды услуг. Наиболее значимыми являются учреждения предоставляющие услуги по обслуживанию многоквартирных домов. Основным видом доходов данных субъектов выступает плата за оказанные услуги получаемая в виде квартплаты. В связи с этим учету дебиторской задолженности уделяется особое значение, а вопросы признания и оценки дебиторской задолженности – одна из важнейших составляющих учетной политики предприятия. Учетная политика дает возможность пользователям информации: определить порядок и способы получения отчетных данных, анализировать данные отчетности в динамике, своевременно получать данные о существенных изменениях деятельности предприятия. Правильное определение положений учетной политики способствует осуществлению эффективного контроля и управления дебиторской задолженностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мамедов Р.О. Содержание и структура сферы жилищно-коммунального хозяйства [Электронный ресурс] / Р.О. Мамедов. – Самара : СГАУ им. С.П. Королева. – 129-134 с., 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-i-struktura-sfery-zhilischno-kommunalnogo-hozyaystva>
2. Закон РФ «Об основах федеральной жилищной политики» [Электронный ресурс] : Приказ Минфина России от 24.12.1992 N 4218-1 (ред. от 22.08.2004). – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1333/bba73f4f4bcb22cd081602e24270300934c15303/
3. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 N 188-ФЗ (ред. от 21.11.2022) // [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51057/ (дата обращения 27.02.2023)
4. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/fd05066bbb0a451cf5dc95b2af35808cbef2509e/ (дата обращения 26.02.2023)
5. Струкова В.К. Специфика бухгалтерского учета жилищно-коммунальных услуг, предоставляемых управляющими организациями [Электронный ресурс] / В.К. Струкова. – Тольятти : Тольяттинского государственного университета. – 17-20 с., 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-buhgalterskogo-ucheta-zhilischno-kommunalnyh-uslug-predostavlyaemyh-upravlyayuschimi-organizatsiyami/viewer>
6. Чижик В.П. Особенности и проблемы управления дебиторской задолженностью в организациях жилищно-коммунального хозяйства [Электронный ресурс] / В.П. Чижик. – Омск : Ои РЭУ. – 12 с., 2012. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-problemy-upravleniya-debitorskoj-zadolzhennostyu-v-organizatsiyah-zhilischno-kommunalnogo-hozyaystva/viewer>
7. Матыс Е.Г. Меры по снижению задолженности населения за жилищно-коммунальные услуги [Электронный ресурс] / Е.Г. Матыс. – Тюмень : ТюмГАСУ. – 85-91 с., 2014. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mery-po-snizheniyu-zadolzhennosti-naseleniya-za-zhilischno-kommunalnye-uslugi>
8. Бабаев Ю.А. Бухгалтерский финансовый учет : учебник [Электронный ресурс] / Ю. А. Бабаев, Л. Г. Макарова, А. М. Петров ; под ред. Ю. А. Бабаева. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. – 463 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1228819>
9. Гетьман В.Г. Финансовый учет: Учебник / Под ред. проф. В. Г. Гетьмана. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2005. – 816 с.
10. Филина Ф.Н. Дебиторская и кредиторская задолженность: острые вопросы налогообложения : с учетом последних изменений / Ф.Н. Филина. - Москва : ГроссМедиа : Российский Бухгалтер, 2008. – 149 с.
11. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами / И.А. Бланк. - Издательство «Омега-Л» : ООО «Эльга», 2011. – 768 с.

12. Ковалева В.В. Финансы: учеб./ Под ред. В. В. Ковалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 610 с.
13. Астахов В.П. Бухгалтерский (финансовый) учет. В 2 ч. Ч. 1 : учебник для академического бакалавриата / В. П. Астахов. – 12-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 536 с.
14. Безруких П.С. Учебник. / Под ред. П. С. Безруких. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Бухгалтерский учет, 2002. – 719 с.
15. Володин А.А. Управление финансами. Финансы предприятий: Уч./ А.А. Володин и др.; Под ред. А.А. Володина. – 3-е изд. – М.: НИЦ инфра-М, 2019. – 364 с.

**FEATURES OF ORGANIZATION OF ACCOUNTING AND FORMATION OF
ACCOUNTING POLICY REGARDING RECEIVABLES AT ENTERPRISES OF
HOUSING AND UTILITIES**

Annotation. This paper discusses the specifics of receivables of individuals to state unitary enterprises of housing and communal services in the context of the transition period. The practice of providing services is characterized. The subjects and objects of activity of housing and communal services are identified, as well as the main provisions of the accounting policy in relation to receivables.

Key words: housing and communal services, managing organization, housing stock, accounting policy, accounts receivable.

Topchiy D.V.,

Scientific adviser: Kozyreva S.D., senior lecturer

Donetsk National University

E-mail: dasha.topchiy.02@mail.ru

УДК 336.717

БАНКОВСКИЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ РОССИИ И ЕЁ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО КРИЗИСА

Третьяков М. П.

Научный руководитель: Некрасова О. Л., д-р экон. наук, доцент, зав. кафедрой ГОУ ВПО «ДОННУ»

Аннотация. В данной статье изложены результаты проведённого анализа банковского сектора России в условиях обострившегося кризиса мировой экономики и постоянного санкционного давления со стороны недружественных стран. Описаны методы воздействия на сложившуюся обстановку со стороны Центрального и частных банков. Выявлены появившиеся возможности СПФС, её преимущества и недостатки сегодня.

Ключевые слова: банковский сектор, финансовые сообщения, Центральный банк, санкционные ограничения, СПФС.

Актуальность темы исследования. Политическая ситуация в мире меняется, а она, в свою очередь, влечёт за собой значительные перемены в мировой экономике. Например, рынок энергетических ресурсов находится под ежедневным влиянием противостояния основных участников. Некоторые из них часто прибегают к методам недобросовестной конкуренции.

Главными субъектами процессов глобализации мировой экономики в современных условиях остаются транснациональные компании (ТНК), к которым также относятся и транснациональные банки (ТНБ).

Банковский сектор России принял на себя «основной удар» экономических санкций в феврале и весной 2022 года, которые превзошли во многом те, которые были в 2014 году.

Цель исследования заключается в рассмотрении основных тенденций касающихся развития экономики России, её банковского сектора и канала передачи электронных сообщений по финансовым операциям (финансовых сообщений) в новых обстоятельствах, а также выявление появившихся возможностей и угроз.

В соответствии с основной целью, в ходе исследования поставлены и решены следующие **основные задачи:**

- систематизированы теоретические закономерности российского опыта по регулированию финансовой и банковской деятельности в кризисных условиях;
- рассмотрены факторы, оказывающие влияние на изменение в регулировании деятельности финансовых инструментов, обусловленные воздействием цифровизации экономики;
- проанализированы имеющиеся и возможные риски для банковского сектора и экономики России в целом, а также выявлены пути их предотвращения и устранения влияния последствий.

В феврале 2022 года банковский сектор России столкнулся с беспрецедентным внешним давлением, паникой клиентов и резким ухудшением операционной среды. Набранный в последние несколько лет запас прочности и централизованные меры поддержки позволили сгладить прямое воздействие стресса, но часть потерь просто перенесена на будущие периоды, а для восстановительного роста нужны новые внутренние стимулы [1].

Следует учитывать, что сегодня темпы ухода кредитных организаций с рынка значительно сократились. Центральный банк снижает нагрузку на кредитные

организации, испытывавшие мощное внешнее давление и попавшие под влияние общего экономического спада, и не спешит с крайними мерами надзорного реагирования.

Нерезиденты российских кредитных организаций ограничены в продаже своих пакетов или не хотят фиксировать потери при реализации активов с большим дисконтом. Акционеры-резиденты также не могут выйти из банковского бизнеса без потерь в текущей операционной среде.

В моменте концентрация активов на крупнейших банках значительно не растёт, потому что они теряют некоторую часть активов и клиентов из-за санкционных ограничений. Но в 2023 году консолидация сектора должна продолжиться, и её темпы ускорятся. Это будет обусловлено как активизацией сделок слияния и поглощения, в том числе в отношении банков с иностранным капиталом, так и ещё большей концентрацией банковских операций на внутреннем рынке, где государственные банки имеют все преимущества в конкурентной борьбе [1].

Таблица 1

Количественные характеристики банковского сектора

Наименование характеристик	2019 г.	2020 г.	2021 г.	8 мес. 2022 года
Количество действующих кредитных организаций на конец периода	442	406	370	361
Число отозванных лицензий за период	28	16	26	3
Число добровольно аннулированных лицензий за период	3	9	6	2
Число кредитных организаций, прекративших деятельность (в том числе самостоятельную деятельность в результате слияний) за период	43	38	37	11
Число впервые зарегистрированных кредитных организаций	1	2	1	2

Среди ключевых элементов нынешней обстановки в банковском секторе России, можно выделить следующие:

1. Снижения прозрачность.

Весной ЦБ и кредитные организации перестали раскрывать информацию о собственной деятельности, о собственниках, руководстве и свои финансовые показатели. Доступ к финансовой информации ограничивают, преследуя не только контрсанкционные цели, но и снижение вероятности проявления паники на фоне неверных и поспешных интерпретаций ухудшения финансового результата, сокращения капитала и других наблюдений.

С одной стороны видна стабилизационная направленность, с другой – это ограничение затрудняет оценку рискованности инвестиций и препятствует, например, сделкам слияния и поглощения, делая невозможным предварительную оценку инвестиционных рисков. Следует ожидать возобновления раскрытия информации о кредитных организациях в 2023 году, однако оно будет происходить постепенно и параллельно со снятием регуляторных послаблений по отражению потерь, ограничивающих соответствие текущей отчётности.

2. Девалютизация.

Данное явление не новое, оно активно реализуется ещё с 2014 года. Сегодня можно наблюдать продление ограничений на выдачу наличной иностранной валюты, легализацию исполнения подсанкционными банками валютных обязательств перед юридическими лицами в рублях.

Самые консервативные меры по девалютизации – не касаются розничных клиентов напрямую, но так получается, что это зачастую и не требуется. Можно с абсолютной уверенностью отметить, что население в целом побуждают к конвертации валютных

сбережений в рубли совершенно несопоставимые с инфляцией процентные ставки, повышенные комиссии по валютным операциям и сложности с трансграничными расчётами и переводами. Основная доля оттока частного капитала за рубеж уже произошла весной текущего года, а оставшиеся валютные счета основной массы клиентов в конечном счёте будут переведены ими в рублёвые. Этому также обязательно должно поспособствовать затухание ожиданий по значительному ослаблению рубля.

3. Фондирование.

Здесь можно отметить, что уже весной панический отток средств физических лиц был остановлен за счёт повышения ключевой ставки. Цикл, который после этого последовал, характеризовался её снижением, проводился значительно быстрее и решительнее, чем ожидали. По результату – привлекательность банковских вкладов значительно снизилась, но к новым масштабным оттокам это уже не привело, поскольку розничные инвесторы сильно ограничены в альтернативных инструментах размещения средств с умеренным риском.

Розничное фондирование банков за первое полугодие незначительно сократилось, и было обусловлено снижением рублёвого эквивалента его валютной части. Необходимо указать, что доли краткосрочных и среднесрочных депозитов выросли в структуре ресурсной базы, что стало следствием введения высокодоходных вкладов весной. Сегодня в основном эти вклады погашены, а высвобожденные средства в условиях снизившихся ставок оседают на текущих счетах. Устойчивое срочное фондирование остается в дефиците.

В конце августа максимальная процентная ставка по рублёвым вкладам в десяти крупнейших российских банках снизилась до 6,8%. К концу года она может находиться в диапазоне 6,0-6,5% годовых. Будет важным отметить, что в 2023 году может возобновиться цикл снижения ключевой ставки, если это позволит динамика цен, но, с другой стороны, усилится конкуренция банков за устойчивое фондирование [1].

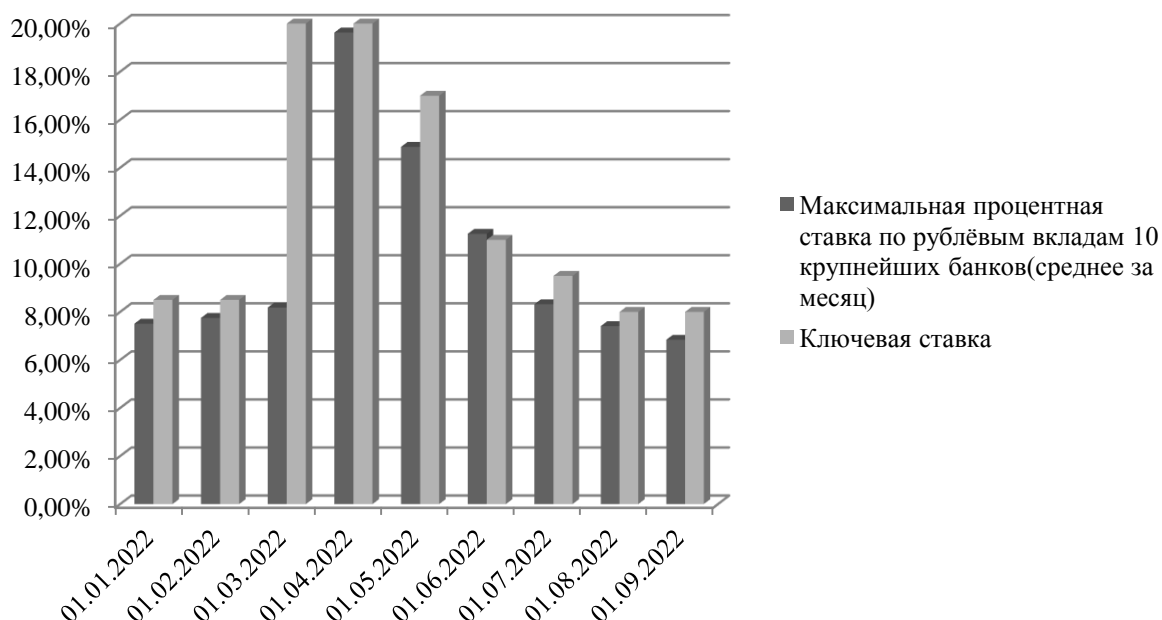


Рис.1. Индикаторы стоимости фондирования банков

По данным Банк России, совокупный убыток банков за первое полугодие текущего года составил 1,5 трлн. руб. Не стоит считать, что эта величина страшна, как может показаться. По состоянию на начало года показатель потерь (буфер абсорбирования)

банковского сектора составлял около 6 трлн. руб. Здесь стоит отметить, что этот запас прочности распределён по кредитным организациям неравномерно. Можно добавить, что далеко не все убытки отражаются, а степень их влияния на устойчивость банков на индивидуальной основе может сильно различаться.

С учётом перечисленных аспектов и моментов, возврат к положительному финансовому результату возможен лишь не ранее марта 2023 года [1].

Далее, следует указать возникшую проблему с системой SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications), заменить которую стало возможно и нужно национальной СПФС.

Система передачи финансовых сообщений (СПФС) Банка России запущена в 2014 году и предоставляет банкам и иным юридическим лицам безопасную и защищённую среду обмена финансовой информацией [2].

СПФС работает в режиме 24 / 7 / 365. Ранее в работе системы были так называемые продолжительные «технологические окна» (система была недоступна для передачи электронных сообщений с 21:00 до 7:00 по московскому времени, а также в выходные и праздничные дни). До конца февраля 2022 г. система обеспечивала передачу сообщений в форматах SWIFT, теперь же приоритет – собственные форматы пользователей [4].

Изначально СПФС планировали развивать на территории стран Евразийского экономического союза (РФ, Беларусь, Казахстан, Армения, Кыргызстан), однако членами межбанковской системы уже стали банки Турции, Швеции, Франции, Японии, Таджикистана, Кубы, Германии, Швейцарии.

Для иностранных и российских юридических лиц реализована схема подключения к СПФС через «сервис-бюро». Этот способ позволяет получить доступ к сервисам СПФС через организацию-партнера [6].

Также в СПФС реализованы сервисы для передачи финансовых сообщений Федерального казначейства (см. рис. 2).

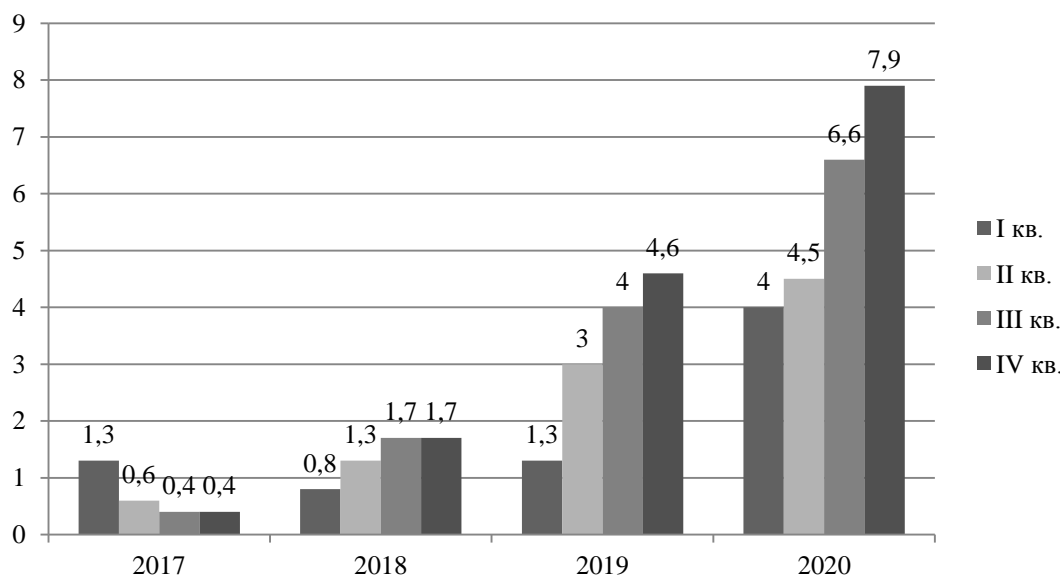


Рис.2. Динамика квартального трафика в СПФС (млн. сообщений) [2].

За 2020 год трафик в СПФС вырос почти в 2 раза и превысил 20% внутрirosсийского трафика SWIFT.

В 2022 году в системе появилось 64 новых участника, всего СПФС используют 389 компаний и банков в 12 странах [5]. Количество участников в Системе достигает 400 российских и иностранных пользователей [6].

Среди первых организаций, которые вступили в СПФС: государственная компания «Ростех», «Ростелеком», «Сургутнефтегаз», «Татнефть», «ТАИФ-НК», «АК Барс» [4].

Как уже отмечалось, около 400 кредитных организаций и иных пользователей подключены к СПФС, ежедневно через систему передаётся более 70 тыс. сообщений. В 2020 году ежемесячный трафик в СПФС составил около 2 млн. сообщений, превысив 20% трафика внутрироссийских сообщений через SWIFT [3].

В 2022 году (январь-май) количество финансовых сообщений, проходящих через систему, выросло в 1,5 раза по сравнению с аналогичным периодом в 2021 года.

Стоит отметить, что система передачи финансовых сообщений (СПФС) – абсолютно дееспособная альтернатива SWIFT.

На данный момент устранена высокая цена услуг по пересылке информации (ранее было: от 1,5 до 2,5 рублей за сообщение).

Как и у SWIFT, за передачу информации через СПФС взимается комиссия. Раньше её размер доходил до 2,5 российских рублей за сообщение, но в 2018 году тариф снизили, и теперь одно послание может стоить максимум 1 рубль. Это дешевле, чем у SWIFT, который запрашивает до 4 российских рублей, то есть, 0,05 евро за операцию.

При всех достоинствах, необходимо сказать об отсутствии возможности отправки массовых реестров в составе одного сообщения. На февраль этого года данный недостаток не был устранён [4].

Выводы. Таким образом, сегодня банковский сектор и экономика России в целом переживают трудности, которые не приходилось преодолевать ранее. Уже сейчас видны результат действий Правительства, которые имели целью предупредить сложившуюся обстановку, но стоит отметить и предпринимаемые сегодня шаги, которые являются оперативными мерами по устранению текущих проблем.

На СПФС возлагаются большие надежды, что даёт шанс национальной системе передачи фин. информации проявить свои достоинства и стать на путь устранения возникающих недостатков.

Беспрецедентное испытание на прочность экономики России поможет выявить все «слабые места», чтобы оперативно их устранить и укрепиться. Невозможно отрицать такие явления как отток капитала и уход «крупных» фигур, например, таких как Олег Тиньков. Однако не стоит забывать, что уехал лишь сам О. Тиньков, а его банк (Тинькофф), выкупленный инвестиционной компанией «Интеррос», остался и функционирует в России по сей день. Кто-то уходит, а кто остаётся, и те оставшиеся, благодаря освободившимся нишам или уходу, в том числе, иностранных конкурентов (Reno, Danone), смогут развить отечественное производство, что позитивно скажется на дальнейшем противостоянии давлению на экономику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Банковский сектор 2022: управляемый стресс / Ю.Л. Беликов / АО «Эксперт РА» // Электронный ресурс] - URL: https://raexpert.ru/press/articles/belikov_kommersant_sep2022/?ysclid=laearga32g216319983 (Дата обращения 11.11.2022).
2. Стратегия развития национальной платёжной системы на 2021-2023 годы / Департамент национальной платёжной системы - Москва / Официальный сайт Центрального Банка России: www.cbr.ru // [Электронный ресурс] - URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/120210/strategy_nps_2021-2023.pdf (Дата обращения 11.11.2022).
3. Деньги и денежно-кредитная система. Учебное пособие. Н. Н. Мокеева, А. Е. Заборовская, В. Э. Фрайс / Уральский Федеральный Университет // [Электронный ресурс] - URL: https://elar.uurf.ru/bitstream/10995/77400/1/978-5-7996-2697-6_2019.pdf (Дата обращения 12.11.2021).
4. Импортозамещение финансовой системы. Что такое СПФС / Совкомбанк / ПАО «Совкомбанк» // [Электронный ресурс] - URL: <https://sovcombank.ru/blog/glossarii/importozameschenie-finansovoi-sistemi-chto-takoe-spfs?ysclid=lae42k3m7c761438551> (Дата обращения 12.11.2022).

5. Центробанк сообщил, что СПФС в 2022 году расширилась на 64 участника / Информационное агентство ТАСС // [Электронный ресурс] - URL: <https://tass.ru/ekonomika/15007375?ysclid=laf60cbbe0869595994>

6. СИСТЕМА ПЕРЕДАЧИ ФИНАНСОВЫХ СООБЩЕНИЙ. ОПИСАНИЕ СИСТЕМЫ. ПОРЯДОК ПОДКЛЮЧЕНИЯ / Департамент национальной платёжной системы ЦБ // [Электронный ресурс] - URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/131935/onrfr_2021-12-24.pdf

THE BANKING SECTOR OF THE RUSSIAN ECONOMY AND ITS FINANCIAL INSTRUMENTS IN THE CONTEXT OF THE GLOBAL CRISIS

Annotation. This article presents the results of the analysis of the banking sector of Russia in the conditions of the aggravated crisis of the world economy and the constant sanctions pressure from unfriendly countries. The methods of influencing the current situation from the Central and private banks are described. The emerging opportunities of the SPFS, its advantages and disadvantages are revealed today.

Keywords: banking sector, financial communications, Central Bank, sanctions restrictions, SPFS.

Tretyakov M.P.

Scientific advisor: Nekrasova O.L., PhD of Economic Sciences, Full Professor Donetsk National University
E-mail: ideal.standart@mail.ru

УДК 336

ОБЛАЧНЫЙ ИНЖИНИРИНГ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Трушкевич И.М.

*Научный руководитель: Штиллер М.В., д-р экон.наук, профессор
Санкт-Петербургский государственный экономический университет*

Аннотация. Цифровизация полностью поглотила все сферы деятельности и технический прогресс оставляет и современную бухгалтерскую службу без выбора. Сегодня бухгалтерия любой компании может находиться в зашифрованном виде на удаленном сервере. Так называемая «онлайн-бухгалтерия» в тоже время не является универсальным инструментом, поскольку пользователи бухгалтерского учета имеют разные цели и набор задач, и, естественно, каждой из групп необходим персональный набор возможностей в таком сервисе. Поэтому при создании облачных бухгалтерий необходимо учитывать различные решения под разные целевые аудитории.

Ключевые слова: онлайн-бухгалтерия, облачная бухгалтерия, цифровизация, бухгалтерский учет, цифровые инструменты.

Введение. Сегодня, в современном мире невозможно представить какую-либо работу или деятельность без применения особых компьютеризированных цифровых технологий и ресурсов в целом. В настоящее время, в современном мире давно известно, устроено и активно интегрировано как во внутренние сферы жизни деятельности общества, так и во внешнюю мировую хозяйственную институциональную систему всего мироздания в целом - цифровая когнитивно нейрокомпьютеризированная платформа и обеспечительный веб процессинг как в экономической составляющей работы, так и в политической, правовой и в некоторой степени даже социальной сети человеческой жизни. И поэтому возникает необходимость, нужда и ценность в исследовании подобной компьютеризации и углублении данного развития технологической модернизации на более высоком и подробном уровне. Буквально каждую секунду мы сталкиваемся с тем, что сложные, специализированные, искусственно интеллектуальные механизмы и инструменты делают огромный пласт тех действий и деяний, которые значительно упрощают и ускоряют любые процессы нашего существования. А облачные сервисы (Cloud-IT-Science) и нейро-интеллектуальная обработка кооперативных массивных данных (Data Mining Economy) значительно повышает скорость и доступность распределения наличных и безналичных средств между банкоматами, физическими и юридическими лицами - и тем самым снижают риски избыточного содержания кэша и потерю доходных позиций на рынке в данной сфере. И, безусловно, бухгалтерский учёт не исключение. Исходя из этого и формируется актуальность и значение данного исследования, так как на сегодняшний момент появляются многие проблемы и вопросы о том, как цифровой облачный инжиниринг и его механизмы могут работать и развиваться в условиях бурного научного экономического прогресса и производства. И целью изучения подобной темы является, прежде всего, поиск и нахождение подробного объяснения и структурного обобщения уже имеющихся фактов об этом, чтобы в итоге корректно и достоверно изложить полученную информацию и создать некий теоретический базис для дальнейшего интегрирования данной IT технологии в повседневную работу как частных, так и государственных организациях и общественной жизни в целом.

Вообще облачные хранилища и сервисы в экономической составляющей являются всесторонними сложными цифровыми платформами и базами массивных данных, которые работают непосредственно через интернет системы и веб информационными коммуникациями (ИКТ). Это позволяет финансовым фирмам и организациям с помощью виртуальных машин и механизмов не только хранить огромное количество информации,

но уже и постоянно анализировать, генерировать и воспроизводить её и последовательные предиктивные обстоятельства экономического развития. В большинстве случаев именно IT-Клауд технологии (Economy Cloud FinTech) спасают предпринимателей от вечной «однотипной» работы с бухгалтерией и документооборотом. Всё из-за того, что в современном мире теперь стало возможно переносить широкие массивы данных (квартальные отчёты, анализы хозяйственной деятельности компании, учётные записи и многое другое) в публичные (open SaaS) и частные PS (private storage) электронные хранилища или облака, что имеет за собой огромный ряд преимуществ и даже в некотором роде революционных сдвигов, меняющих весь подход и структуризацию к бухгалтерскому учёту и аудиту. Хотя подобное цифровое пространство, которое предоставляет технологические вычислительные мощности в аренду для экономической и управленческой деятельности, по меркам интегрирования и модернизации ещё довольно таки молодое (так как во всём мире облачные сервисы начали распространение и своё возникновение только в 2012-ых годах), но оно уже успело себя зарекомендовать успешно и перспективно как на европейских, так особенно и на азиатских рынках производства товаров и предоставления онлайн-услуг.

Результаты исследования. Для того, чтобы в полной мере разобраться в данной технологии необходимо, безусловно, понять и весь внутренний ресурсный программный код, систему этого компьютерного пространства. Подобная технология, как онлайн-бухгалтерия или облачное хранение финансовых данных (E-Cloud Data Service), работает на основе и базировании хешированной интернет инфраструктуре (IaaS) net ресурсинга, которая позволяет в любое время - вне зависимости от наличия специального оборудования либо сверх точных нейронных сетей и вычислительных машин - обеспечить реализацию и обслуживание всех необходимых рабочих и производственных процессов в одном месте дистанционного управления и реагирования. А из-за того, что в основном такие сервисы виртуального владения информации требуют малых затрат на энергетическую силу и обслуживание, то это как раз и «подкупает» коммерческие и государственные структуры для активного перехода на новый этап бухгалтерского и аудиторского процесса. Это ярко демонстрирует и обуславливает главную особенность, фишку такого построения учетного процесса, по сравнению с любыми другими его формами, потому что для работы - бухгалтеру необходим лишь доступ в Интернет.

На практике как западных, так и азиатских фирм и компаний для бухгалтерии и аудита активно используют зачастую веб гибридные облака (hybrid cloud). Так как благодаря мультимедийной модельной системы совокупности образования и обработке данных возможно обеспечить более универсальное и стабильное устройство переноса и локальное отраслевое объединение нескольких цифровых каналов, что в конечном виде образует как открытый, так и приватный доступ и управление всей необходимой информации. А так как бухгалтерский учёт требует одновременно и быстроты, и точности занесения и анализа экономических показателей и фактов, то подобные платформы и приложения могут в полном объеме обеспечить это и гарантировать достоверность сведений и других важных финансовых ресурсов. Стоит отметить, что в свою очередь из-за быстрой масштабируемости облачных инжиниринговых составляющих обеспечивается и полная децентрализация бизнес менеджмента, экономической политики и аудиторского контроля организации, потому что сейчас любой бухгалтер или аналитик компании - как малого, так и крупного сектора рынка - может в любой момент самостоятельно контролировать и мониторить входящую и исходящую информацию и денежные потоки вне зависимости от внешних факторов и влияний, что как показывает статистика китайского мирового банка ICBC и западного международного сообщества KPMG помогает снизить только управленческие издержки

и риск человеческого фактора на 45%. Такой достаточно высокий показатель как раз и привлекает крупные и порой даже государственные предприятия, которые готовы тратить и инвестировать в развитие облачного бухгалтерского учёта огромные средства и время. Хотя на первый взгляд такие вложения и модернизации экономики вызывают некую опасность и скептическую позицию, но в итоге, только применив на практике подобные инновации, можно сократить расходы на 70%. Так, например, благодаря зарубежным облачным сервисам бухгалтерского вычисления и аудиторского ведения Xero и Amazon AWS уже способны не только изучать и давать итоговый результат финансового анализа, но и вести дистанционную обработку разных видов данных с другими компаниями и партнёрами, проводить амортизацию основных средств и даже уведомлять посредством мобильного приложения сотрудников об итогах и статистике информации и учетного процессинга. Ещё одно из основных причин и преимуществ активного внедрения и использования Cloud online провайдерства состоит в том, что его легко совмещать и соединять с другими компьютерными программами, например, такими как - 1С: Бухгалтерия, Microsoft, Nebo, и так далее. Теперь пропала необходимость постоянного обновления и переустановки новых программных обеспечений и приложений для ведения анализа хозяйственной деятельности компании и даже целого государственного сектора, потому что поставщики и производители информационного цифрового контента даёт кодовый доступ (open key) к конфигураторам и онлайн библиотекам готовой базы, что даёт возможность пользователю самостоятельно подстроить версию платформы «под себя» и доработать ее в случае необходимости и адаптации под ту или иную сферу, фирму, финансовую систему. Именно такой вид работы и организации бухгалтерского учёта полностью способствует распределению и разделению операционных функций и обязанностей между сотрудниками и органами высшего звена управления. А это как раз не только упрощает и ускоряет процесс обмена данными, но и освобождает главных аудиторов, бухгалтеров и других должностных лиц от контроля над всеми этапами и элементами процесса и производства, что как демонстрируют исследования от Byte в течении периода 2015-2020 года только скорость роста объема вычислений и проведенных лицензирования публичных облачных финансовых сервисов составила около 43% в год. Поэтому сетевая, веб индустрия и нейронные вычислительные механизмы и машины настолько уже поменяли все классические постулаты и исходы экономики, что сейчас и предприниматель, и фирма, и международная корпорация, и даже целые государства готовы вкладывать в подобные инновации и IT-технологии огромные средства и силы, чтобы в будущем, на долгосрочной перспективе выйти на новый уровень всех производственных мощностей и процессов, поменять всю ту сложившуюся ситуацию на мировой арене действительности.

Если говорить о российском облачном инжиниринге, то он по международным меркам является довольно-таки развитым и самостоятельным. И хоть российские аналоги программного облачного обеспечения бухгалтерского и аудиторского учета и деятельности уступают в инновационном состоянии западных и китайских партнёров и сторонников, но такие первопроходцы и успешные представители этой сферы как «Мое дело», 1С, Небо: Бухгалтерия - во многом могут оказать достаточную конкуренцию и соперничество с другими странами. Уже сейчас помимо обычной, классической возможности бухгалтерии данные программы могут как в мобильной версии, так и в персональной компьютерной версии проводить дистанционные профессиональные консультации, вести календари отчетности и организации деятельности компании, подготавливать и отправлять отчеты ФНС РФ и в другие контролирующие органы, а также рассчитывать заработную плату, доходы и расходы за краткосрочные и долгосрочные периоды и многое другое. Помимо производственных фирм и фондов уже

облачные платформы и хранилища введены и давно распространены в банковских операциях и программах. Тот же Сбер и Альфа-Банк стали одни из первых, кто подключил к своей информационно коммуникационной системе Cloud сервисы и онлайн бухгалтерию для повышения качества обслуживания и привлечения ещё более широкого потребительского сектора. Теперь чтобы оплатить счета или получить выписку, расчётные счёт для налоговой клиент может зайти в мобильное приложение своего банка и буквально одним нажатием кнопки (one click) получить все необходимую финансовую отчётность, документы и информацию от бухгалтера. Также всеми известная компания и «лидер рынка» таких экономических услуг - 1С - благодаря разработке собственного, индивидуального, частного сервиса 1СFresh позволяет новым пользователям получить доступ ко всем ранним программам и данным облачного хранилища, что в большинстве случаев ускоряет адаптацию к новому компьютерному моделированию и преобразованию, помогает корректно и мало затратно использовать дополнительные настройки и механизмы серверов, что повышает скорость и качество интеграции с внешними и внутренними компонентами бизнеса и менеджмента в несколько раз. Хотя и подобная тенденции расширения облачных платформ на отечественном пространстве имеет огромный ряд преимуществ и перспектив, особенно после принятия курса от правительства России о полной масштабной компьютеризации «Цифровая экономика РФ» - возникает всё же вопрос и об обратной стороне данной сферы, а точнее о минусах и проблемах с дистанционными, веб коммуникациями и финансами. Главный минус для отечественного производства и предпринимательства в онлайн бухгалтерии состоит в том, что на сегодняшний момент трудно обеспечить полную конфиденциальность и безопасность данных, так как наши сервера и платформы хранилища виртуальных данных ещё не готовы к подобным массивным мощностям использования и внедрения. Но благодаря активной государственной поддержке и развитию подобной инновации эта проблема должна в ближайшие годы быть решена, что в итоге повысит не только спрос на облачный инжиниринг, но и увеличит качество и скорость предоставления подобных экономико-программных услуг.

Выводы. В заключении можно сделать вывод о том, что в современное время в 21-ом веке происходит бурное развитие и инвестмент в такие новые и современные типы и направления экономических финансовых структур как - нейроэкономика, интернет-банкинг, ИИ-моделинг и так далее. Современная интернет-экономическая система и в общей совокупности институт претерпевают изменению и переходят от одного этапа развития к новому другому каждый день, месяц, год. В этом и состоит одна из основных преимуществ подобного веб элемента, так как в настоящее время она показывает и отчётливо демонстрирует подобную бурную тенденцию роста и расширения в отличие от других финансовых и технологически информационных составляющих виртуального, цифрового мирового пространства. И облачная бухгалтерия — это уже необходимость, так как она положительно сказывается не только на продуктивности и эффективности рабочего процесса самих сотрудников, но также и снижают экономические затраты самого предприятия, так как предоставляют использование виртуального оборудования, которое значительно снижает расходы и тем самым максимизирует профит.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антипина Н.И. Трансформация российского бизнеса в условиях перехода к цифровой экономике: отраслевой и региональный аспекты // Экономическая наука современной России. – 2018. – № 2 (81). – С. 102.
2. Бобровников Б.К. Цифровая экономика России. – 2021. – № 4 (75). – С. 23.
3. Нетесова О. Ю. Новые технологии бухгалтерского учета / О. Ю. Нетесова// вестник. 2014. № (17). С. 65-67.

4. Уников Р. Т. Облачные интернет-технологии в инновационной бухгалтерии / Р. Т. Уников, А. А. Ипполитовна // Вестник КемГУ. 2013. № 7 (32). - С. 186-192.

5. Наумова М.Я., Шарафутдинов А.Г. Искусственный интеллект - будущее сегодня // 2015. – № 1 (99). – С. 115.

6. Облачные вычисления. Стоит ли уходить в облако? Материалы| интернет- конференции от 05.10.2022 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/>

CLOUD ENGINEERING IN ACCOUNTING

Abstract. Digitalization has completely absorbed all areas of activity and technological progress leaves the modern accounting service without a choice. Today, the accounting department of any company can be encrypted on a remote server. The so-called "online accounting" at the same time is not a universal tool, since accounting users have different goals and a set of tasks, and, naturally, each of the groups needs a personal set of features in such a service. Therefore, when creating cloud accounting, it is necessary to take into account various solutions for different target audiences.

Keywords: online accounting, cloud accounting, digitalization, accounting, digital tools.

Trushkevich I.M.

Scientific supervisor: Shtiller M.V., Doctor of Economics, Professor
stilmarmax@mail.ru

УДК 339.378

FMCG-РЫНОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: АНАЛИТИКА И ТЕНДЕНЦИИ

Узнародова Я.И.

Научный руководитель: Забавина Е.Ю., канд. экон. наук, доцент

ГОУ ВПО «ДОННУ»

Аннотация: предметом исследования выступает FMCG-рынок в Российской Федерации. В статье исследуются тенденции развития рынка FMCG, факторы, которые обуславливают изменения. Подчеркивается влияние экономического кризиса на покупательские стратегии и трансформацию FMCG-рынка в России

Ключевые слова: FMCG-рынок, спрос, кризис, покупательские стратегии

Актуальность. В современных реалиях сложно найти компанию или отрасль, которую бы не затронул кризис. Дистрибуторы отечественного рынка FMCG также отмечают влияние кризиса и указывают на:

- сокращение поставок, логистические трудности и, как следствие, заметное сокращение товарных позиций во многих категориях FMCG;
- изменения в потребительском поведении и снижение объемов продаж;
- замедление инвестиций и проблемы с кредитованием (многие дистрибуторы используют заемные ресурсы для своей деятельности);
- проблемы с возвратом дебиторской задолженности.

В этой связи особую актуальность приобретают вопросы исследования и развития FMCG-рынка в Российской Федерации.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению рынка FMCG посвятили свои труды Дудаков Г.С., Арсенова Е.В., Овчаренко Н.А., Хухлаев Д.Г., Крымов С.М., Кириллова Т.В. и др.

Целью исследования является анализ состояния и тенденций развития FMCG-рынка в Российской Федерации.

Результаты исследования. FMCG (Fast moving consumer goods) - аббревиатура, используемая для описания рынка быстро оборачиваемых товаров или товаров с высокой частотой покупки; также называют рынками товаров повседневного спроса.

В список товаров повседневного спроса (FMCG) в том числе входят:

- продукты питания;
- лекарства;
- бытовая химия;
- средства персонального ухода и косметика;
- детское питание;
- корма для животных;
- другие товары недлительного пользования.

На фоне нового витка экономического кризиса 2022 г. многие потребители становятся более экономными, откладывая момент для покупки новых вещей. Подобная неуверенность и тенденции к пересмотру покупательских стратегий напрямую отражаются и на рынке FMCG, который переживает новую трансформацию из-за замедления потребительского спроса и пересмотра бизнес-стратегий игроками, что характерно для кризисных периодов.

По результатам исследования, проведенного NielsenIQ в I квартале 2022 г., сразу 30% респондентов отметили, что стали приобретать меньше товаров повседневного спроса за последние три месяца. При этом подобное сокращение в периоды рецессий

проявлялось и в предыдущие кризисы, а по опыту 2014-2015 гг. можно сказать, что доля покупателей, сокращающих потребление, вероятнее всего увеличится [1].

Как и в период пандемии COVID-19, в 2022 г. произошел резкий всплеск продаж товаров, которыми покупатели хотели запастись по разным соображениям:

- на фоне введения новых санкций;
- из-за новостей об уходе ряда брендов;
- из-за логистических ограничений (участники рынка указывали на высокие ставки фрахта, практически полное прекращение железнодорожного сообщения РФ с ЕС, заторы на автомобильных пунктах пропуска) [5].

Ажиотаж длился в течение трех недель, после чего наступил период резкого снижения спроса и перехода FMCG-рынка в состояние стагнации. При этом абсолютные значения продаж в два последних кризисных периода сопоставимы: объемы покупок FMCG в натуральном выражении достигли уровня пандемийного всплеска, а в денежном - значительно превысили его.

С конца марта 2022 г. натуральные продажи стали замедляться во всех группах FMCG, а к середине апреля все каналы офлайн-продаж перешли в отрицательную зону, за чем последовало смещение спроса с тех товаров, которые были закуплены впрок, на так называемые «ежедневные категории». На 12-14 неделе 2022 г. выросли продажи молока (+4%), яиц (+3%), сосисок (+7%) и других продуктов с ограниченным сроком хранения [1].

Однако объемы потребления таких категорий не компенсируют снижение темпов роста после ажиотажа, важным остается вопрос какой именно промежуток времени потребуется для восстановления рынка FMCG после закупок впрок.

Несмотря на то, что большинство FMCG-категорий сокращают ассортимент, в каждой десятой категории он, напротив, расширяется. К таким группам относятся товары, которые дают потребителю возможность побаловать себя — например, кондитерские изделия и премиальный алкоголь. Вследствие того, что потребители в целом отказывают себе в крупных покупках, они склонны баловать себя и перераспределять спрос.

Более того, большинство покупателей продолжает с интересом пробовать новинки:

- почти треть потребителей (29%) считают себя трендсеттерами и целенаправленно пробуют новые товары;
- 40% стараются не отставать от трендов и любят покупать новинки.

Как следствие, запуски продуктов могут стать одной из ключевых точек роста для ритейлеров: те игроки, которые обеспечат спрос на новые продукты, могут получить конкурентные преимущества и привлечь больше потребителей.

По оценкам Infoline, в 2021 г. доля ста крупнейших торговых сетей превысила 50%, а на десятку ключевых игроков пришлось почти 38% рынка. Но уровень концентрации российского рынка еще далек от развитых стран, и эксперты прогнозируют новые M&A (сделки mergers & acquisitions - «слияния и поглощения») и экспансию федеральных игроков в регионы [2].

Сто крупнейших розничных сетей в 2021 г. обеспечили 50,6% рынка товаров повседневного спроса (FMCG), говорится в материалах Infoline. Годом ранее их доля была 48,3%.

Доля десяти ключевых игроков за 2021 г. выросла с 36,5% до 37,7%. В Infoline отмечают, что в сравнении с другими странами российский рынок все еще сильно фрагментирован. Так, пять крупнейших сетей в России занимают 32% рынка, тогда как в США - 47%, а в Германии - 73% [3].

Как следует из данных Infoline, заметнее всего - с 8,7% до 9,9% — выросла доля сети «Магнит». Динамика связана с покупкой «Магнитом» 2,47 тыс. магазинов ГК

«Дикси» у Mercury Retail Group Ltd Игоря Кесаева, Сергея Кациева и Сергея Студенникова за 87,6 млрд. руб.

Доля X5 Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») увеличилась с 12,6% до 12,7%. Показатель Mercury Retail Group («Красное & Белое», «Бристоль») сократился с 6,2% до 5,8%.

Доля «Ленты», несмотря на покупку 161 супермаркета Villa, снизилась с 2,4% до 2,3%, Auchan — с 1,4% до 1,3%, Metro — с 1,2% до 1,1%.

Увеличить долю удалось сети «Вкусвилл» — с 0,8% до 1% и жестким дискаунтерам «Светофор» — с 1,3% до 1,7%.

Доля розничных сетей в 2020-2021 гг. на рынке товаров повседневного спроса представлена на рис. 1.

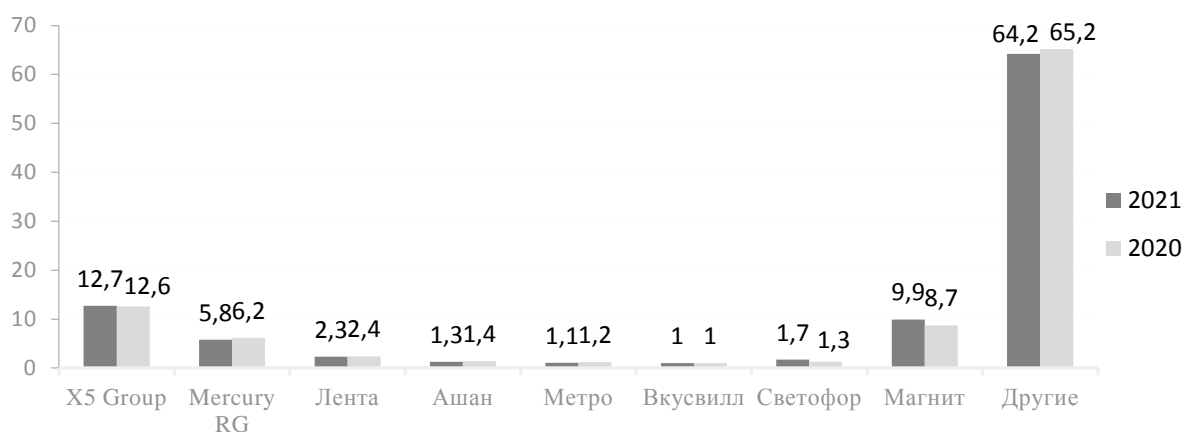


Рис. 1. Доля розничных сетей в 2020-2021 гг. на рынке товаров повседневного спроса, %

Динамика прироста розничной торговли продуктами питания в Российской Федерации представлена на рис. 2.

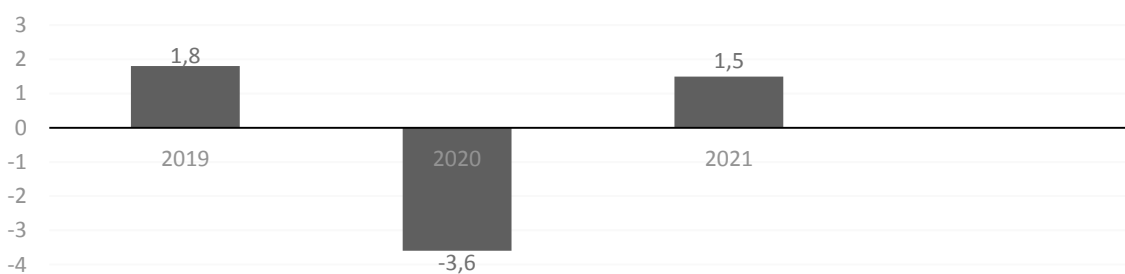


Рис. 2. Динамика прироста розничной торговли продуктами питания в Российской Федерации, %

Министерство экономического развития РФ сообщило о падении розничных продаж в 2020 г. На фоне восстановления экономической активности в 2021 г. произошёл рост розничной торговли на 5,1%.

Вместе с тем, доля импорта в продуктовом ритейле России за 10 лет сократилась на треть с 34% в 2012 г. до 24% - в 2021 г. (рис. 3).

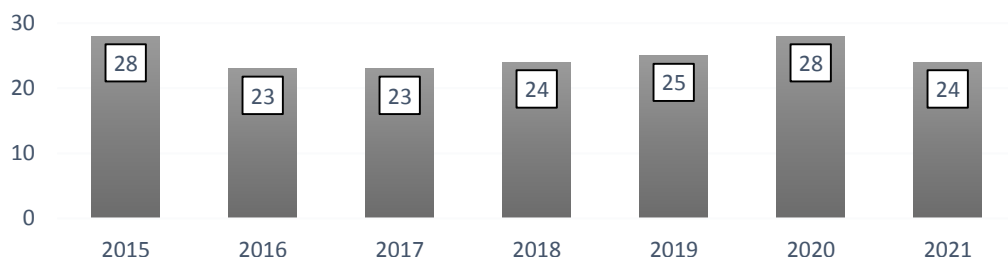


Рис. 3. Динамика импорта в российском продуктовом ритейле 2015-2021 гг., % [4]

Среди основных продуктов высокая доля импорта отмечается в сырах, животных и растительных маслах, говядине и субпродуктах. Незначительна доля импорта в свинине, муке, крупах, колбасной и в целом в мясной продукции (кроме говядины).

Выводы. В результате анализа выявлено, что FMCG-рынок в Российской Федерации переживает трансформацию, что характерно для кризисных периодов. Исходя из тренда натуральных продаж, который заметен на протяжении последних 12 месяцев, общая динамика FMCG-рынка с большой долей вероятности зафиксируется в отрицательной зоне. Тем не менее, в ближайший год сокращение показателей может оказаться не таким существенным и составить от -1% до -2%, а уровень продаж, вероятнее всего, будет находиться на уровне не ниже 2021 г.

Вне зависимости от того, как долго займет восстановление FMCG-рынка, уже сейчас становится очевидно, что многим игрокам придется в корне пересмотреть существующие стратегии продаж, адаптировать ассортимент, ценовую и промополитику, запуск новинок и другие аспекты бизнеса к новой реальности и новым покупательским моделям, сфокусированным вокруг экономии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт компании NielsenIQ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/ot-snizheniya-k-vosstanovleniyu-sostoyanie-fmcg-rynka-v-rossii/> (дата обращения: 08.11.2022).
2. Вестник потребительского рынка №212 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://npmes.ru/vestnik-potrebitelskogo-rynka-%E2%84%96212/> (дата обращения: 08.11.2022).
3. Официальный сайт компании Infoline [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infoline.spb.ru/news/index.php?news=218008> (дата обращения: 09.11.2022).
4. Официальный сайт компании Finexpertiza [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finexpertiza.ru/> (дата обращения: 01.11.2022).
5. Как изменения экономических условий влияют на рынок товаров повседневного спроса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dairynews.today/news/kak-izmeneniya-ekonomicheskikh-usloviy-vliyaют-na.html> (дата обращения: 12.02.2023).

FMCG MARKET IN THE RUSSIAN FEDERATION: ANALYTICS AND TRENDS

Abstract: The subject of the study is the FMCG market in the Russian Federation. The article examines the trends in the development of the FMCG market, the factors that cause changes. The influence of the economic crisis on purchasing strategies and the transformation of the FMCG market in Russia is emphasized

Keywords: FMCG-market, demand, crisis, purchasing strategies

Uznarodova Y.I.

Scientific adviser: Zabavina E.Yu. Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: uznariana.yande.ru@gmail.com

УДК 659.1.011.12

СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТОРГОВЛИ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Хусяинова А.И.

*Научный руководитель: Харченко В.А., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В данной работе рассматривается рекламная деятельность как неотъемлемая составляющая маркетинговой сферы. Выявлены основные стратегические действия рекламы, а также представлена поэтапная разработка рекламной стратегии, которая помогла бы организациям выработать эффективный план по популяризации своего бизнеса.

Ключевые слова: рекламная деятельность, маркетинг, информация, организации торговли, маркетинговая стратегия.

Вступление. Актуальность темы заключается в выборе правильных методов рекламы и в повышении ее эффективности с целью лучшего продвижения товаров на рынке. Рекламная работа является неотъемлемой частью коммерческой и маркетинговой деятельности любого коммерческого предприятия. В контексте развития рыночных отношений и возрастающей насыщенности потребительского рынка товарами и услугами рекламная работа приобретает новый смысл, отличается рядом специфических особенностей, знание и учет которых позволяет активизировать процесс продаж, стимулировать продажу отдельных товаров, рационализировать обслуживание клиентов, благодаря "информационной поддержке" всех его компонентов. Целью данной работы является изучение современных теоретических основ рекламной деятельности в условиях развивающегося рынка. А также формирование поэтапной рекламной стратегии с целью повышения эффективности и потребительского спроса.

Основная часть. Реклама – это инструмент маркетинга, общественную форму коммуникации, осуществляемую через платные формы размещения, которая информирует потенциальных потребителей о конкретных товарах или услугах и привлекает к их приобретению. Это любая оплаченная конкретным лицом форма коммуникаций, предназначенная для продвижения товаров, услуг или идей. Хотя некоторые виды рекламы (например, прямая почтовая рассылка) ориентированы на конкретного индивидуума, все же большинство рекламных посланий предназначены для больших групп населения, и распространяются такими средствами массовой информации, как радио, телевидение, газеты и журналы.

Таким образом, определение рекламы подразумевает ее основные характеристики: она платная; осуществляется в определенной форме; у нее есть хорошо зарекомендовавший себя рекламодатель; она информирует о конкретных товарах или услугах и привлекает потенциальных потребителей к их покупке. Реклама - это маркетинговый инструмент, публичная форма коммуникации, осуществляемая посредством платных форм размещения, которая информирует потенциальных потребителей о конкретных товарах или услугах и привлекает их к покупке.

Рекламные цели выражаются в результате информационного воздействия на целевую аудиторию в течение определенного времени. Они могут быть первичными и вторичными, конечными и промежуточными, экономическими и социальными, информационными и коммуникативными и т.д. Основная цель рекламы - привлечь внимание и донести важную информацию до потребителей, чтобы заставить их действовать определенным образом. Конечная цель рекламы - повлиять на покупателя таким образом, чтобы он выбрал рекламируемый товар при покупке.

Эксперты различают экономические и коммуникативные цели рекламы. К экономическим целям рекламы относятся: поддержка продажи товаров, формирование потребности в данном виде товара (или услуги), стимул к покупке товара конкретной компании.

В свою очередь, к коммуникативным целям можно отнести: ознакомление потребителей с новым товаром, новой маркой, новой фирмой, повышение уровня популярности товара, влияние на привычки при потреблении товара, информирование потребителей (например, по изменению цен на товары, распродажи), изменение имиджа продукции фирмы в определенном направлении (модернизация, новый дизайн).

Задачи рекламы раскрывают содержание целей. Они заключаются в информировании потребителей о товарах и услугах и побуждении их к покупке.

Традиционно выделяют три группы основных задач рекламы:

1. Коммерческие: стимулирование сбыта; рост продаж; увеличение прибыли; ускорение товарооборота, поиск выгодных партнеров.

2. Некоммерческие: осуществление политических целей; укрепления нравственных устоев; охрана природы; снижение заболеваемости; поддержка общественных организаций.

3. Имиджевые: создание имиджа бренда; создание авторитетности компании.

Далее целесообразно рассмотреть особенности форм рекламы. Ученые отмечают, что реклама в современной бизнес-среде имеет множество форм. Она может быть размещена в журналах, газетах, на веб-сайтах, в социальных сетях, то есть иметь определенный материальный носитель. Последнее является определяющим критерием классификации.

Исследователь Д.А. Слободчикова в статье «К вопросу о понятии наружной рекламы» указывает, что наружная реклама представляет собой графическую либо текстовую рекламную информацию, размещаемую в городской среде. Среди основных видов наружной рекламы можно выделить:

– вывески. Наиболее эффективный и распространенный вид наружной рекламы представляющий собой графическое средство привлечения внимания к субъекту хозяйствования (магазин, кафе, киоск и т.д.)

– рекламные щиты. Данный вид наружной рекламы располагается вдоль дорог и имеет две стороны, одна из которых размещена по ходу движения пешехода (водителя транспортного средства).

– прочие виды наружной рекламы: витрины, указатели, стендеры, мониторы и тому подобное.

Цели и задачи рекламной деятельности совпадают с целями рекламы – донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории. А задачами – побудить представителей целевой аудитории к действию (выбору товара или услуги, осуществлению покупки и тому подобное, а также формированию запланированных рекламодателем выводов об объекте рекламирования).[1]

Маркетинговая стратегия — это долгосрочный, перспективный подход к планированию с фундаментальной целью достижения устойчивого конкурентного преимущества. Стратегическое планирование включает в себя анализ стратегической исходной ситуации компании до разработки, оценки и выбора ориентированной на рынок конкурентной позиции, которая способствует достижению целей компании [2].

В одной из статей Р.А. Гашигуллин отмечает, что маркетинговая стратегия фирмы – это полный и непревзойденный план или инструмент, разработанный специально для достижения маркетинговых целей фирмы. Эти стратегии помогают определить направление, в котором компания хочет двигаться, и зададут определенный вектор для достижения этой цели. В современных реалиях маркетинговые стратегии обуславливают

жизнеспособность компании на рынке, поэтому необходимо подходить комплексно к рассмотрению этого вопроса [3].

Главная цель маркетинговой стратегии - справиться с конкуренцией. Несомненно, именно конкуренция требует стратегии; или, точнее, борьба с конкуренцией является главной целью стратегии. Аналогичным образом, можно сказать, что в маркетинговой среде, лишенной конкуренции, масштаб и потребность в маркетинговых стратегиях будут намного меньше. Именно наличие конкуренции в первую очередь придает маркетинговой задаче стратегический характер. Только на конкурентном рынке фирма должна обязательно изучать своих конкурентов и продвигать свою политику, людей и продукты, разрабатывая при этом определенные тактики и стратегии.

Стратегические действия помогут компании обрести четкое конкурентное сознание. Поскольку рост бизнеса достигается в первую очередь за счет такого конкурентного сознания, стратегия становится основополагающей для бизнеса, охваченного конкуренцией.

Важной характеристикой рекламной деятельности компаний является то, что она всегда должна соотноситься не только с маркетинговой стратегией (ее целями и задачами), но и со стратегией компании в целом.

Важно при организации рекламной деятельности проводить не только анализ рынка, выяснять потребности покупателя, но и следить за рекламируемым товаром: присутствует ли он в точках продаж, а также в каком качестве и количестве.

Реклама порождает спрос, и если товара на рынке мало или его качество не соответствует ожиданиям потребителей, потенциальный покупатель может разочароваться в товаре и перейти за аналогом к конкуренту.

Для анализа и оценки внутренней и внешней среды следует применять методы SWOT и PEST анализа, на основе которых делать матрицу, позволяющую выделить направления развития рекламной деятельности.

Владея представлением о внутренней и внешней среде, следует приступить к разработке рекламной стратегии, что, в свою очередь, состоит из нескольких этапов:

1. Определение рекламируемого продукта. На начальном этапе необходимо выяснить, что планирует продвигать заказчик кампании. Будь то товар или услуга, необходимо иметь об этом целостное представление: изучить свойства предлагаемого продукта, последствия его приобретения и использования в дальнейшем, ценовую политику аналогов в том же регионе. При этом в обязательном порядке нужно учитывать, первично ли данное предложение или же рекламная кампания будет направлена на расширение рынка. Из этого будет складываться весь сценарий рекламных мероприятий, начиная от планирования бюджета и вплоть до определения цены для конечного потребителя.

2. Сформировать бюджет рекламной кампании. На данный этап влияет множество факторов. Это тип организации. Заказчиком рекламы может быть как мелкое и крупное предприятие. Всегда нужно учитывать финансовые возможности фирмы, но не ограничивать бюджет первоначально озвученной суммой.

Возможно, предлагаемые маркетинговые мероприятия будут настолько оригинальными и эффективными, что клиент будет готов немного превысить изначально установленный лимит. Бюджет должен формироваться и распределяться исходя из продолжительности маркетинговых мероприятий. В зависимости от масштаба производства и размера организации-заказчика продукт или услуга могут рекламироваться различными способами.

Методология формирования рекламного бюджета не имеет единой формулировки, но одно правило надо выучить: опираться только лишь на какой-либо единичный фактор

нельзя. Неверный расчет возможных финансовых затрат на рекламу может в итоге свести на нет все приложенные усилия и не привести к желаемому результату.

3. Изучение целевой аудитории – важный этап построения маркетинговой стратегии. В зависимости от предлагаемого товара или услуги, потребителей можно разделить по нескольким факторам.

Первый – география. Если рекламируемый продукт можно приобрести только в пределах той территории, где находится фирма-продавец/производитель, делать межрегиональный охват вне ее нецелесообразно.

Второй – возрастной показатель. Реклама современных гаджетов мало интересует людей пенсионного возраста. Молодежь больше черпает информацию из интернета, тогда как люди более ранних лет рождения привычно узнают о новинках из газет и рекламы на телевидении.

Третий – уровень дохода потенциального покупателя.

4. Определиться со средствами рекламной кампании. На данном этапе, исходя из возможностей предприятия, происходит подбор инструментов продвижения, это основные виды рекламы рассмотренные ранее. Наиболее релевантными являются инструменты сети Интернет.

В частности, социальные сети полнятся предложениями о продвижении того или иного товара или интернет-сообщества, продающего или предлагающего что-либо. Реклама в информационных и коммерческих изданиях, причем как в сети, так и в печатном варианте, может быть размещена на клиентских условиях и в том виде, который предложит этот самый клиент.

Распределить ресурсы может помочь составление графика проведения маркетинговых мероприятий, что позволит: подать идею потенциальному покупателю, заинтересовать его возможным развитием событий

5. Анализ проведенной рекламной деятельности. На данном этапе осуществляется анализ разработанной стратегии на практике после определенного промежутка времени после запуска рекламной кампании. Важно отслеживать эффективность всех мероприятий и в случае необходимости менять отдельные элементы [4].

Активность конкурентов также является показателем того, что рекламная кампания увенчалась должным успехом. Изменение ценовой политики и расширение ассортимента конкурирующей организации говорит о том, что вывод нового продукта на рынок прошел успешно и четко занял свою нишу среди потребителей. Также хорошим показателем является окупаемость средств, вложенных в рекламу.

Таким образом, процесс построения рекламной стратегии в торговых организациях состоит из пяти последовательно реализуемых этапов – анализ внутренней и внешней среды, анализ рекламируемых товаров, выбор модели рекламной стратегии, составление бюджета, анализ целевой аудитории рекламной кампании, выбор инструментов продвижения, внедрение рекламной стратегии на практике и мониторинг ее эффективности.

Выводы. Реклама - это маркетинговый инструмент, публичная форма коммуникации, осуществляемая посредством платных форм размещения, которая информирует потенциальных потребителей о конкретных товарах или услугах и привлекает их к покупке. Это любая форма коммуникации, оплачиваемая конкретным лицом и предназначенная для продвижения товаров, услуг или идей. Хотя некоторые виды рекламы (например, прямая почтовая рассылка) ориентированы на конкретного человека, большинство рекламных сообщений предназначены для больших групп населения и распространяются такими средствами массовой информации, как радио, телевидение, газеты и журналы.

В свою очередь, стратегия – это долгосрочный, ориентированный на перспективу подход к планированию с фундаментальной целью достижения устойчивого конкурентного преимущества. Основной целью стратегии является обеспечение конкурентоспособности организации или предприятия в долгосрочной перспективе. Рекламная стратегия - это набор методов и средств рекламы, которые предполагается использовать для достижения рекламных целей. При создании рекламных стратегий на предприятиях торговли важно учитывать взаимосвязь между маркетингом и рекламными стратегиями, а также их реализацию в определенной последовательности, поскольку несогласованность действий приведет к потере эффективности рекламного воздействия на всех участников маркетинговой среды, включая потребителей. Эффективность рекламных кампаний характеризует потенциал рекламных стратегий, значительную часть которых составляют потребители, выражающие свое отношение с высоким уровнем лояльности к объекту продвижения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Слободчикова, Д.А. К вопросу о понятии наружной рекламы / Д. А. Слободчикова // Шаг в науку. – 2019. – № 4. – С. 116-118.
2. Андрищенко, А.С. Маркетинг внутренних и внешних факторов компании / А.С. Андрищенко // Наука Красноярья. – 2017. – Т. 6. – № 3-4. – С. 48-55.
3. Гашигуллин, Р.А. Маркетинговые стратегии: понятие, особенности, важность для бизнеса / Р.А. Гашигуллин // Экономика и предпринимательство в современном цифровом пространстве: сборник статей Международной науч.-практ. конф., г.Пенза, 30 мая 2021 года. – Пенза: ООО «Наука и Просвещение», 2021. – С. 40-42.
4. Альтшуллер, И.П. Стратегия и маркетинг: две стороны одной медали, или просто – о сложном: учебник / И. П. Альтшуллер. – Москва: Дело, 2013. – 234 с.

STRATEGIES FOR ORGANIZING PROMOTIONAL ACTIVITIES IN TRADE ORGANIZATIONS AND EVALUATION OF THEIR EFFECTIVENESS

Annotation. This paper examines advertising activities as an integral component of the marketing field. It identifies the main strategic actions of advertising, and presents a step-by-step development of an advertising strategy that would help organizations develop an effective plan to popularize their business.

Keywords: advertising, marketing, information, trade organizations, marketing strategy

Khusiainova A.I.

Scientific adviser: Kharchenko V.A., Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: alsu.khusiainova@ya.ru

УДК 336.7

ЦИФРОВАЯ ВАЛЮТА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ДВЕ СТОРОНЫ ОДНОЙ МЕДАЛИ

Черкашина К. С.

*Научный руководитель: Давыдова Т. Е, канд. экон. наук, доцент
Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж*

Аннотация: в статье анализируются возможные последствия внедрения цифровой валюты Центробанка РФ на примере Китая. Проводится анализ положительных и отрицательных сторон использования цифровой валюты с учетом статистических данных, экспертных мнений и опыта зарубежных стран. Делается вывод о неоднозначности последствий перехода к безналичной денежной системе.

Ключевые слова: цифровой рубль, цифровой юань, центробанк.

В современных условиях внешние факторы экономического развития государств обуславливают цифровое развитие всех сфер жизнедеятельности человека [1, 2]. Безналичная денежная система стремительными темпами вытесняет наличную форму денег. Мир не стоит на месте и введение цифровой валюты - необратимый процесс [3-5]. Многие страны осваивают новую форму валюты, так как она имеет множество преимуществ и удобств как для граждан, так и для экономики государства. Для России данная форма валюты — это очень важный шаг, потому что с помощью цифрового рубля будет возможен отказ от долларовой системы. Но также у многих экспертов есть опасения, что цифровая валюта - это один из способов контроля над населением. В данной статье на опыте Китайской Народной Республики (КНР) мы рассмотрим влияние цифровой валюты Центрального банка (ЦБ) на возможность контроля и совершенствования законопослушности граждан.

Цифровая валюта ЦБ (CBDC) – это третий вид формы денег, обрабатываемый с помощью электронных устройств и широко доступный для использования. Рассмотрим отличия цифровой валюты ЦБ от других денежных форм. Во-первых, цифровая валюта комбинирует характеристики традиционных форм наличных и безналичных денег. Во-вторых, она не принадлежит к депозитным накоплениям и к электронным деньгам кредитных учреждений, так как депозитные и электронные деньги воплощают обязательства частных эмитентов. В-третьих, несмотря на схожесть с криптовалютой, цифровая валюта ЦБ не относится к криптовалюте и не является анонимной [6]. В результате цифровую валюту ЦБ можно объяснить как новую форму фиатных денег, которая может как дополнить две традиционные формы денежных средств, так и в полной мере заменить наличные деньги. Выделяются задачи цифровой валюты ЦБ, которые призваны обеспечить финансовую стабильность страны; дополнять существующие формы денег; поддержать и регулировать конкуренцию финансовых услуг; сотрудничать и взаимодействовать между регуляторами и экономическими субъектами; гарантировать информационную безопасность [7].

Выполнение этих задач приведет к развитию финансовой системы государства. С помощью цифровой валюты ЦБ можно успешно контролировать оборот денег среди граждан. По мнению специалистов, это положительно повлияет на поддержание устойчивого функционирования финансовой системы страны [3, 5]. Возможность отслеживания всех операций даст государству беспрецедентное понимание транзакционной активности граждан, что способствует повышению эффективности процентного канала традиционных механизмов денежно - кредитного регулирования. Так же это предоставит возможность быстрее реагировать на действия, нарушающие законы РФ [8].

В сентябре 2022 г. Э. Набиулина, Председатель ЦБ РФ, заявила о проведении тестирования цифрового рубля уже на реальных клиентах с 1 апреля 2023 г., а через год Банк России допускает, что станет возможным обмен цифрового рубля на иностранную валюту и открытие кошельков нерезидентам. Мы выделили основные преимущества цифрового рубля:

- ◆ доступность к счету через любой банк России;
 - ◆ безопасность платежей. Цифровой рубль – это уникальный код, который в случае хищения будет легко отследить. Движение этой системы будет полностью открыто для Центробанка;
 - ◆ операции будут осуществляться по единому тарифу;
 - ◆ улучшение условий клиентского обслуживания;
 - ◆ возможность осуществлять денежные операции без подключения к Интернету.
- При этом ЦБ не исключает возможных рисков внедрения цифрового рубля. Среди

них:

- ◆ кибермошенничество. С внедрением инноваций также могут появиться новые способы мошенничества;
- ◆ внедрение цифрового рубля потребует дополнительных финансовых затрат [9].

Одним из главных мотивов введения цифрового рубля является восстановление суверенности государства РФ. Н. Сафина, руководитель направления «Макроэкономический анализ и финансовые рынки» Центра стратегических разработок, считает, что использование цифровых валют ЦБ разных стран позволит отказаться от доллара в международных расчетах и существенно снизить потребность в международной платежной системе SWIFT [10]. Китай намерен использовать цифровой юань не только внутри страны, но и в мировой финансовой системе. Администрация США Джо Байдена трудится над изучением планов Китая о разработках цифрового юаня. Власти США опасаются, что цифровой юань станет одной из причин свержения долларовой системы в мире [11]. Подготовка к введению цифрового юаня поначалу велась секретно. Федеральная резервная система США, которая до этого не высказывала своего отношения к цифровой валюте, неожиданно заявила о том, что срочно приступает к созданию цифрового доллара. Такой скачок ФРС был вызван опасениями замещения доллара в международной финансовой системе [12]. О. Скоробогатова, первый зампред ЦБ, считает, что запуск цифрового рубля в перспективе должен решить проблему для российских пользователей платежных переводов системы SWIFT. Так, уже многие страны вводят CBDC. В этом случае система SWIFT может не понадобиться, потому что между банками возникнут уже другие технологические взаимодействия [13].

Также одним из главных качеств цифровой валюты является прозрачность операций. А. Моисеев, заместитель министра финансов РФ, полагает, что цифровая валюта ЦБ будет уникальным инструментом для контроля за расходованием государственных средств. Внедрение цифровой валюты ЦБ позволит проводить адресные выплаты и оптимизировать процесс возврата неизрасходованных средств [14].

Однако, остаются вопросы к прозрачности рассматриваемой системы. Э. Сноуден, бывший сотрудник АНБ и ЦРУ, считает, что CBDC предназначен для того, чтобы лишить пользователей права собственности на их деньги и сделать государство посредником в каждой транзакции [15]. Этой проблемой заинтересован и В. Катасонов, доктор экономических наук. В. Катасонов уверен, что истинные цели создания цифрового рубля скрываются. Во-первых, цифровая валюта призвана заменить в ближайшее время наличные деньги и будет иметь ограниченные функции. Например, как в Китае с введением "временного юаня". При сохранении цифровым юанем меры стоимости, средства обмена и платежа он будет лишен функции накопления. Срок действия цифрового юаня станет ограниченным, так как он будет дисконтироваться и в

дальнейшем прекратит свое существование. Во-вторых, цифровая валюта в скором времени вытеснит коммерческие банки. При этом произойдет усиление ЦБ, а коммерческие банки будут являться посредниками между ЦБ и юридическими, физическими лицами и вскоре исчезнут. В. Катасонов считает, что российский цифровой рубль идет по сюжету Китая [16]. Китай - это одна из первых стран, которая ввела цифровую валюту и совершила колоссальный скачок по переходу на безналичную денежную систему. На это повлияла слаборазвитость банковской инфраструктуры. Из-за политики КНР и соответствующих законодательных ограничений в стране, иностранные банки не могут вести свою деятельность на территории Китая, поэтому были разработаны многофункциональные смарт-карты. IC-карта представляет собой универсальный идентификатор, включающий в себя все данные человека, в том числе, банковское приложение для оплаты. IC-карты являются удобным новшеством для человека и способствует переходу на полную безналичную денежную систему [17]. Народный банк Китая (НБК) работал над введением цифровой валюты в стране с 2014г. В 2020 г уже проводили испытания в нескольких городах Китая. Электронные кошельки и IC-карты являются средством хранения цифровых юаней и способом взаимодействия с другими пользователями. В зависимости от идентификации владельца могут быть установлены различные виды лимитов на денежные операции. Несмотря на то, что цифровой юань еще не так популярен среди населения Китая, наличные деньги уже практически вышли из употребления. Хотя не исключено, что некоторые граждане все еще имеют наличные денежные средства, отложенные на тяжелые времена. Ли Лихуэй, бывший президент Банка Китая, считает, что в скором времени цифровой юань полностью заменит наличные деньги, но пока что проект продвигается плавно [6]. Власти Китая задумались о введении срока годности цифрового юаня. Это поможет НБК ускорить оборот денежных средств и стимулировать население тратить деньги во время кризиса [18]. Одновременно с созданием цифрового юаня начали испытывать и систему социального рейтинга. По мере внедрения система социального доверия стала инструментом, который позволяет фиксировать незаконное, неподобающее поведение граждан и применять к ним меры воздействия. Высокие технологии Китая дают возможность не только оценивать поведение граждан, фиксируя его показатели в электронном виде, но и применять к ним санкции. Людям с высоким рейтингом можно предоставить полную свободу в распоряжении своими деньгами, а обладателям низкого статуса, напротив, ограничить использование денег. Социальный рейтинг зависит от образования, соблюдения правил дорожного движения, оплаты счетов, уголовных и административных нарушений. Гражданам, которые в чем-то провинились, установят ограничения, такие, как запрет на покупки билетов, на оплату лучшего обучение детям и т.д. Но все же не все согласны с этой системой, и даже центральные власти Китая заявили, что социальные баллы не могут использоваться для наказания граждан [19]. В России так же может развиваться сюжет полной безналичной денежной системы. РФ уже занимает лидирующие позиции в мире по темпам роста безналичных платежей. Доля безналичных платежей с 2020 по 2022 года выросла с 70,3% до 77%. А это значит, что с введением цифрового рубля наличные деньги полностью исчезнут из денежного оборота. В. Катасонов уверен, что цифровая валюта ЦБ будет полностью контролировать жизнь граждан, так как такая система будет транслировать не только все доходы человека, но и его расходы. И проблема не только в том, что будет невозможно неофициально подрабатывать человеку. Данная система сможет сопоставить расходы с доходами и автоматически списывать налоги с каждого поступления либо же в любой момент заблокировать онлайн кошелек [16].

Таким образом, мы имеем две стороны одной медали. Во-первых, появление рейтинговой системы в России вполне реально. Можно заметить, что некоторые сервисы

уже ввели рейтинг. Например, в приложениях службы такси водителю либо пассажиру можно поставить низкую оценку и с этим человеком мало кто захочет связываться. У граждан могут конфисковать денежные средства с банковских карт в качестве погашения долга. То, как такая система будет разворачиваться, еще не ясно, но установить различные лимиты в электронном режиме на какие-либо блага будет гораздо проще. Во-вторых, полагаем, нельзя полностью критиковать введение цифровой валюты центробанка. Одно из самых главных преимуществ цифрового рубля - это самостоятельность международных платежей. Вопрос цифрового рубля актуализировался после введения санкций против России. Президент России В.В. Путин предложил создать новую, независимую от банков и вмешательства третьих стран, систему международных платежей на базе технологий цифровых валют и блокчейна. В сложившихся условиях с помощью такой формы рубля Россия сможет поддержать свой суверенитет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Давыдова Т. Е. Риски формирования экосистемы умного города в нестандартных условиях // Цифровая экономика и Индустрия 5.0: развитие в новой реальности. – Санкт-Петербург : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. – С. 315-338. – DOI 10.18720/IEP/2022.3/14. – EDN QRHJYM.
2. Цифровизация в системе развития умного города: преимущества и риски / Т. Е. Давыдова // Экономика и Индустрия 5.0 в условиях новой реальности (ИНПРОМ-2022) : сб. трудов всеросс. научно-практ. конф. с заруб. участием, Санкт-Петербург, 28–30 апреля 2022 года. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. – С. 650-653. – DOI 10.18720/IEP/2022.1/181. – EDN KXKJEK.
3. Алехина О. О. Наднациональная цифровая валюта: перспективы, риски и роль в стимулировании проектов национальных цифровых валют // Управление риском. – 2021. – № 2(98). – С. 59-68.
4. Савинский С. П. Цифровая валюта Китая и интеграция цифровых валют стран БРИКС // Банковское дело. – 2022. – № 11. – С. 31-37. – EDN WVXITW.
5. Дерюгина Т. В. Цифровая валюта и цифровой рубль: к вопросу о правовой новации // Цивилист. – 2022. – № 1(37). – С. 8-11. – EDN UXVDMU.
6. Кочергин Д. А. Цифровые валюты центральных банков: опыт внедрения цифрового юаня и развитие концепции цифрового рубля // Russian Journal of Economics and Law. - 2022. - Т. 16, - № 1. - С. 51–78. DOI: <http://dx.doi.org/10.21202/2782-2923.2022.1.51-78>
7. Сахаров Д.М. Цифровые валюты центральных банков: ключевые характеристики и влияние на финансовую систему. Финансы: теория и практика. – 2021. - №25(5). – С. 133-149. DOI: 10.26794/2587-5671-2021-25-5-133-149
8. Кочергин Д. А. Электронные деньги. - Москва: ЦИПСИР, 2011.
9. Чернышова Е. Цифровой рубль: зачем он запускается и как будет работать РБК, URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/60e4014c9a7947816217cac1> (дата обращения 02.12.22);
10. Гостищева А. «Цифровой рубль поможет избавиться от доллара» «Правда.Ру». 22.03.21 - URL: https://www.pravda.ru/news/economics/1604980-cifrovoy_rubl_spasenie_ot_dollara/ (дата обращения 02.12.22)
11. Максимченко А. «США увидели в цифровом юане потенциальную угрозу» [Электронный ресурс] // Журнал «Лента.Ру». 12.03.21 – URL: <https://lenta.ru/news/2021/04/12/yuan/> (дата обращения 02.12.22);
12. Катасонов В. «"Великая перезагрузка" в мире денег» [Электронный ресурс] // Журнал «Царьград». 09.02.21 - URL: https://tsargrad.tv/articles/velikaja-perezagruzka-v-mire-deneg_321462 (дата обращения 02.12.22);
13. Ведерина Е. «Цифровой рубль поможет России отказаться от SWIFT, считают в ЦБ» [Электронный ресурс] // Журнал «Ведомости». 25.12.20 – URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2020/12/24/852420-tsifrovoy-rubl> (дата обращения 02.12.22);
14. «Минфин сообщил о планах использовать цифровой рубль в бюджетном процессе» [Электронный ресурс] // Журнал «Газета.РУ». 13.11.22 – URL: <https://finance.rambler.ru/markets/49505705-minfin-soobshchil-o-planah-ispolzovat-tsifrovoy-rubl-v-byudzhetnom-protsesse/> (дата обращения 02.12.22);
15. Корнеев А. «Сноуден объяснил опасность национальных криптовалют» [Электронный ресурс] // РБК. 11.10.21 – URL: <https://www.rbc.ru/crypto/news/6163e5719a79471bf035838e> (дата обращения 02.12.22);
16. Катасонов В. «Цифровой рубль – инструмент построения нового концлагеря» [Электронный ресурс] // Журнал «РЭОШ» 07.07.21 URL: <https://reosh.ru/valentin-katasonov-cifrovoy-rubl-instrument-postroeniya-novogo-konclagerya.html> (дата обращения 02.12.22)
17. Бреус Е. М. Идентификационные документы в Китае: история, структура, национальная идея // Этнографическое обозрение. - 2012. - № 1. - С. 3-23.

18. Щукин П. «Китайцев заставят расстаться с деньгами на благо экономики» [Электронный ресурс] // Журнал «Лента.РУ» 16.03.21 URL:<https://lenta.ru/news/2021/04/16/cifr/> (дата обращения 02.12.22);
19. Графов Д. Б. Система Социального Рейтинга в КНР как Информационно-коммуникационная технология поощрения и наказания // В л а с т ь . – 2020. – №. 2. – с. 250-259.
- 20.

DIGITAL CURRENCY IN THE MODERN WORLD: TWO SIDES OF THE SAME COIN

Abstract: the article analyzes the possible consequences of the introduction of the digital currency of the Central Bank of the Russian Federation on the example of China. The analysis of the positive and negative aspects of the use of digital currency is carried out taking into account statistical data, expert opinions and experience of foreign countries. The conclusion is made about the ambiguity of the consequences of the transition to a cashless monetary system.

Keywords: digital ruble, digital yuan, central bank.

Cherkashina K. S.

Scientific supervisor: T. E. Davydova, Candidate of Economic Sciences, Assoc.
Voronezh State Technical University, Voronezh
Krista_cherk@mail.ru

УДК: 343.34

ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АНТИКОРРУПЦИОННОЙ БОРЬБЕ

Чинина М.М.

*Научный руководитель: Самойлова Л.К., канд. экон.наук, доцент
Санкт-Петербургский институт (филиал) ВГУЮ (РПА Минюста России)*

Аннотация: Статья посвящена инструментам борьбы с коррупцией, негативно влияющей на обеспечение национальной безопасности Российской Федерации. В исследовании рассматривается опыт использования цифровых технологий для борьбы с коррупцией в зарубежных странах. Раскрыты возможности применения различных цифровых инструментов для ведения антикоррупционной борьбы в системе государственного управления.

Ключевые слова: коррупция, цифровые технологии, национальная безопасность, служащие, искусственный интеллект.

В условиях политико-экономической нестабильности, невозможно не говорить о коррупционных преступлениях, которые не исчезают из повседневной жизни, как бы государство не стремилось с ними бороться. Каждая страна направляет все возможные средства для противостояния феномену коррупции, так как он негативно влияет на деятельность государственных и муниципальных органов в политической, экономической, социальной и других сферах жизнедеятельности. Коррупция ставит под угрозу сам факт существования правовых институтов, а следовательно, и самого государства. По словам учёных, представленный негативный феномен стал масштабной угрозой национальной безопасности. Коррупция является проблемой для развития государства, общества, личности, так как способствует формированию глобальной теневой экономики, олицетворяющей сектор скопления финансовых ресурсов коррупционеров, возникновению коррумпированного аппарата управления, к которому привыкает общество и не может в дальнейшем без него существовать [1, с. 102]. Считается, что рождение это негативного явления неразрывно связано с формированием противоправных черт поведения у личности, а следовательно, она устойчива к трансформации законодательства, поскольку человек адаптивен к изменениям, готов под них подстраиваться. В настоящее время противостоять коррупции способны только новейшие технологии, так как они направлены на исключение человеческого фактора, а значит, риск появления новых коррупционных схем существенно снижается. Таким образом, актуальность поднятой темы подкреплена необходимостью скорейшего преодоления с помощью цифровых инструментов коррупции, подрывающей национальную безопасность.

Все государства мирового сообщества на данном этапе развития в той или иной степени сталкивались с таким социально-правовым явлением, как коррупция. Данный феномен представляет собой «вечный» и систематично эволюционирующий организм. Его стремится искоренить каждая здравомыслящая нация. Российская Федерация не является исключением, которому было бы присуще отсутствие коррупции, из множества стран. Поэтому российское законодательство, регламентирующее антикоррупционную деятельность, неоднократно подвергалось изменениям. Обращаясь к действующему Федеральному закону от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции», можно определить коррупцию через злоупотребление служебными положением, дачу взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды [2, ст. 1].

Следует отметить, что понятие этого вида преступного деяния нуждается в уточнении, так как с учётом новых технологий изменяются способы проявления правонарушения. Национальная политика нашего государства предусматривает вероятность наступления коррупционных рисков, а следовательно, использует развивающуюся систему мер, направленную на сферу экономических, правовых, информационных, организационных и кадровых отношений. Но, к сожалению, сравнительный анализ статистических данных за август 2021 и 2022 годов, представленный на рисунке 1 [3], олицетворяет негативный результат реализации выбранного пути.

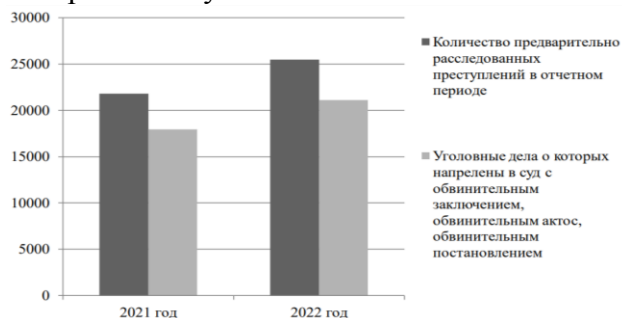


Рисунок 1. Сведения о предварительно расследованных преступлениях коррупционной направленности в августе 2021 и 2022 годов

Социально-правовая природа коррупции связана с её умением адаптироваться в зависимости от нововведений в обществе. В своих трудах А. И. Овчинников писал, что для проведения результативной антикоррупционной деятельности нужно ориентироваться на достижения научно-технического прогресса, которые позволят использовать новейшие технологии [4, с. 140]. Тем не менее, цифровые инструменты имеют свои недостатки, так как вызывают определённые риски, усугубляющие проблему коррупции. Поэтому угрозы, возникающие при применении подобных методов, имеет смысл разобрать на примерах иностранных государств, которые раньше остальных начали применять в системе государственного управления цифровые средства борьбы с преступностью, включая коррупцию.

В настоящее время Российская Федерация не является лидером по реализации эффективной политики в борьбе с коррупцией. На сайте неправительственной международной организации Transparency International ежегодно обновляется рейтинг стран, которые используют все существующие средства, в том числе цифровые, для решения проблемы злоупотребления властью, доверенной со стороны государства, для частной выгоды. Из таблицы 1 можно сделать вывод, что Российская Федерация занимаем всего 136 место в мире (где максимальный уровень коррупции – 0 баллов, а отсутствие данного явления в государстве – 100 баллов). Однако индекс восприятия данного явления важнее «порядкового номера», тем не менее, и этот показатель у нашей страны ниже среднего мирового, который в 2021 году составил 43 балла [5]. Государствам с обострённой коррупционной проблемой следует учитывать и перенимать опыт зарубежных стран. Внедрение цифровых технологий и адаптация их под определённую страну будет залогом снижения злоупотребления властью.

Таблица 1. Рейтинг стран по уровню коррупции в государственном секторе

Рейтинг 2021 г.	Страна	Индекс 2021 г.	Индекс 2020 г.	Индекс 2019 г.
1	Дания	88	88	87
1	Финляндия	88	85	86
1	Новая Зеландия	88	88	87
4	Норвегия	85	84	84
4	Швеция	85	85	85
136	Россия	29	30	28

Разговор об иностранном опыте, необходимо начать с одного из передовых государств в мире по внедрению цифровых технологий для преобразования государственных услуг. Эстония относится к одной из первых стран, где ещё в конце XX века начал разрабатываться проект по внедрению программы, ориентированной на работу электронного правительства, была создана платформа обмена данными под названием X-Road, которая в настоящее время функционирует не только на родине прародителя, но и в других странах мира. Суть технологии заключается в соединении всех служб электронного правительства, способных взаимодействовать и обмениваться информацией. Все записи, которые поступают на носитель данной программы, сохраняются в «журнале», что позволяет всегда иметь в реальном времени доказательства о различных правонарушениях [6]. X-Road – это цифровой способ борьбы с коррупцией, повышающий уровень доверия среди населения. Наша страна имеет аналогичную платформу «электронного правительства», однако её функциональность ниже. Ключевыми проблемами в отечественной системе являются неготовность отдельных органов власти и населения в связи с низким уровнем информационной грамотности, ошибки и сбои при выполнении ряда операций, слабое развитие или отсутствие некоторых услуг, которые могут предоставить прозрачную информацию о сотрудниках властных структур. Все эти погрешности образуют невысокий уровень востребованности электронного правительства, что упрощает возможность выработки коррупционных схем, так как граждане отказываются от услуг «открытости».

Второй пример – это страна, в которой ежедневно и повсеместно создаются технологические инновации. В 2012 году в Китайской Народной Республике была апробирована система искусственного интеллекта «Zero Trust». Она предполагает тотальный контроль зон, в которых проводятся пользователями финансовые операции, тщательную проверку всех подключающихся устройств извне, связь различных показателей (необычное увеличение сбережений, покупка имущества, заморозка счетов), а также анализ поведения отдельных государственных служащих, составление карты коррупционных рисков. Несмотря на то, что «машина по поимке воров» была отключена, так как требовала большего времени для адаптации в обществе и значительного финансирования [7], в Китае разработали новый вид цифрового воздействия с использованием искусственного интеллекта.

Система «социального доверия (кредита)» начала свою историю в 2014 году и её основы были сформулированы в документе «О планировании строительства системы социального доверия (2014-2020)». После этого, программа многократно претерпевала изменения, однако с 2021 года она стала официально принятой и юридически закреплённой в Гражданском кодексе Китайской Народной Республики. Технология обработки больших объёмов данных (Big Data) позволяет программе по ряду критериев определить и осуществить профилактику коррупционных преступлений и принять меры в отношении служащих. Данная система уникальна своими способами нравственного, морального воздействия на правонарушителя. Выставление определённых баллов стимулирует работников выполнять свою деятельность на благо обществу, так как санкционные меры, могут не только привести к судебному разбирательству, но и понизить личный, социальный статус человека [8]. Внедрение системы рейтинга в Российской Федерации активно обсуждается. В некоторых некоммерческих организациях начинают использовать единый цифровой профиль человека при приёме на работу. Тем не менее, остаётся только надеяться, что данная система со временем реализуется в государственном секторе нашей страны как возможность борьбы с коррумпированностью власти, поскольку, обращая внимание на отечественную историю, можно сделать вывод о том, что ужесточение наказания зачастую ведёт к снижению преступности.

Как было упомянуто ранее, снизить уровень коррупции возможно и через технологию блокчейн. Дословный перевод понятия с английского обозначает «цепь из блоков», в действительности эта технология так и работает. Блокчейн подразумевает под собой пошаговую запись и точное отслеживание перемещения данных. Германия добилась в этой области особого успеха. TruBudget – платформа, созданная для отслеживания и координирования решений по вопросам перенаправления ресурсов в бюджете. Приложение действует на принципах прозрачности и эффективности, опираясь на систему быстрого поискового сервера [9]. Качество работы этой программы позволило расширить её возможности, включая международный уровень, а следовательно, дало возможность получать больший объём анализируемой информации.

Российская Федерация нацелена на применение технологий для борьбы с коррупцией, имеющих информационно-аналитический характер. Тем не менее, опираясь на опыт инновационно прогрессивных государств, отечественным разработчикам требуется более детально подходить к процессу разработки программ, направленных на сокращение коррумпированности власти. Научный диспут вокруг темы коррупции и вопрос эффективности использования цифровых технологий для борьбы с ней остаётся не решённым, несмотря на урегулирование данной проблемы в отечественной нормативно-правовой базе, сравнительно высокий информационно-технический потенциал, различное использование современных средств таких, как ГАС «Правосудие», «Мой арбитр», «Электронный город», открытые «горячие линии», «умные машины», новейшие платформы, для беспрепятственного получения информации о расходах, доходов служащих. В нашем государстве есть ряд проблем, из-за которых замедляется процесс введения цифровых технологий в действие для борьбы с коррупцией (рисунок 3).

Использование информационных средств против коррумпированности возможно только в комплексном порядке. Соединение в одно целое совокупности мер технического, социального, информационного характеров может дать эффект целостности и сформировать условия противодействия сложившейся проблеме на всех направлениях. Однако для осуществления всего многообразия антикоррупционных мероприятий необходимо привлечь в цифровое пространство как можно больше граждан и государственных служащих. Люди нуждаются в продвижении антикоррупционной политики, тем не менее боятся раскрытия личных данных. Для этого целесообразно урегулировать правовые отношения в информационной сфере, а именно развивать защитных механизм в таких областях, как: электронные транзакции, охрана прав граждан в цифровом пространстве, противодействие киберпреступности и иных, чтобы гарантировать безопасность персональных данных.

В заключении стоит отметить, что в контексте организации цифровой борьбы с коррупцией необходимо затрагивать все аспекты жизнедеятельности. К сожалению, статистические данные олицетворяют отнюдь не положительную динамику в борьбе с коррупцией. Процесс реализации представленных мер борьбы с коррупцией необходимо возложить на государство, которому со своей стороны необходимо перенаправлять ресурсы на:

- обучение научных кадров, разрабатывающих качественно новые подходы к предотвращению коррупции;
- стимулирование программистов, разрабатывающих антикоррупционные цифровые платформы;
- поощрение сотрудников для улучшения качества их работы;
- активизацию неприятия коррупции обществом через реализацию просветительской функции образовательными организациями, органами власти.

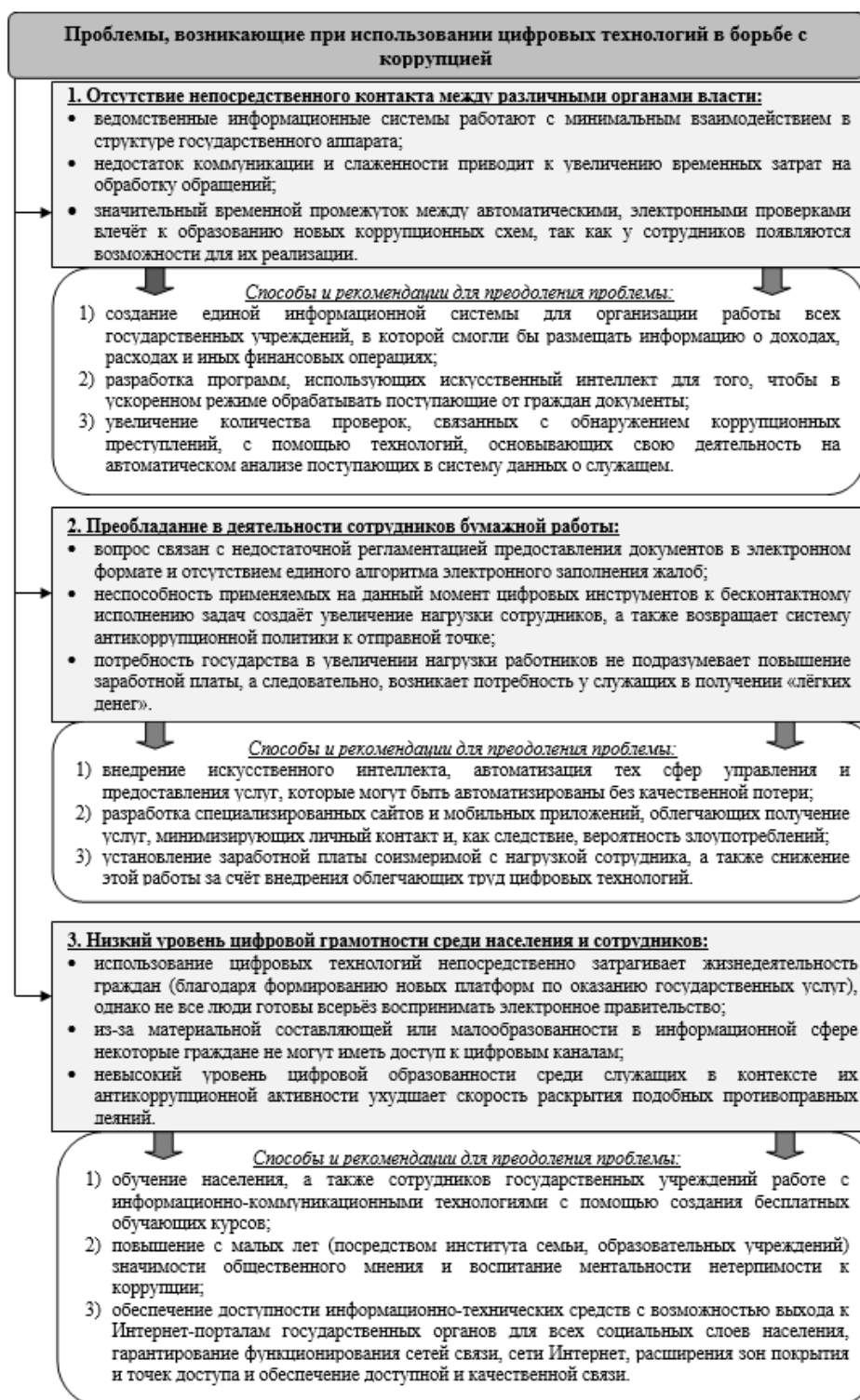


Рисунок 3. Направления модернизации механизма использования цифровых технологий при противодействии коррупции в Российской Федерации

Таким образом, если использовать все представленные рекомендации в совокупности, то эффект комплексности поможет получить положительный результат. В общей сложности, упомянутые недоработки возможно ликвидировать и создать совершенно новый цифровой способ борьбы с коррупцией в государственных органах власти.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Юрьев В. М., Юхачев С. П. Коррупция как угроза национальной безопасности Российской Федерации // Социально-экономические явления и процессы. 2008. №4. С. 101-104.
2. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» // Собрание законодательства РФ. 2008. № 52. Ст. 1.
3. Ежемесячный сборник о состоянии преступности в России. Портал правовой статистики. [Электронный ресурс]. URL: <http://crimestat.ru/analytics> (дата обращения: 03.12.2022).
4. Овчинников А.И. Противодействие коррупции в условиях цифровизации: возможности, перспективы, риски // Журнал российского права. 2019. №11. С. 158-170.
5. Transparency International. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2021> (дата обращения 03.12.2022).
6. X-Road. Technology overview. [Электронный ресурс]. URL: <https://x-road.global/> (дата обращения: 03.12.2022).
7. Is China's corruption-busting AI system «Zero Trust» being turned off for being too efficient? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scmp.com/news/china/science/article/2184857/chinas-corruption-busting-ai-system-zero-trust-being-turned-being> (дата обращения: 03.12.2022).
8. Цифровая диктатура: как в Китае вводят систему социального рейтинга. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/11/12/2016/584953bb9a79477c8a7c08a7> (дата обращения: 03.12.2022).
9. TruBudget. [Электронный ресурс]. URL: <https://trubudget.net/> (дата обращения 03.12.2022).

FOREIGN AND RUSSIAN EXPERIENCE AT USING DIGITAL TECHNOLOGIES IN FIGHTUNG AGAINST CORRUPTION

Annotation: The article is devoted to instruments of fighting against Korruption, which influenced negatively to national security in Russian Federation. The research concerns the experience of using digital technologies for anticorruption sanctions in foreign countries. The research depicts abilities of applying different digital instruments for anticorruption fighting in state management system.

Keywords: corruption, digital technologies, national security, office workers, artificial intellect.

Chinina M.M.

Scientific director: Samoilova L.K.

E-mail: marianna_chi@mail.ru

УДК 551.465.53

ЗАМЕДЛЕНИЕ ГОЛЬФСТРИМА И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ.

Чуканова Е.А.

*Научный руководитель: Чижикова О.А., канд. геогр.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В работе рассмотрена климатообразующая роль Гольфстрима в жизни Европы, дается анализ публикаций о Гольфстриме и его замедлении, характеристика изучаемого течения, а также представлен прогноз возможности полной остановки Гольфстрима.

Ключевые слова: течение; климат; Гольфстрим; прогноз; последствия.

Постановка проблемы. Гольфстрим является самым теплым течением в Мировом океане, которое значительно влияет на климат в Европе. «Остановка» Гольфстрима сделает непригодной для жизни развитую часть мира.

Актуальность темы исследования. Учитывая, что климатообразующая роль Гольфстрима очень велика, то от стабильности его физико-географических процессов во многом зависит существование природного и хозяйственного комплекса Европы

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением физико-географических особенностей Гольфстрим занимаются многие специалисты океанологии, такие как: Винсент Саба, Левке Цезарь, А.Л. Бондаренко и другие.

Выделение нерешённых проблем. Несмотря на имеющиеся исследования динамики вод Гольфстрима, опирающиеся на методику анализа термогалинных (температуры и солёности) параметров воды, до сих не существует единого мнения о причинах снижения скорости его течения.

Цель работы – рассматривая характеристику особенностей Гольфстрима, выясняя его климатообразующую роль, проанализировать существующие точки зрения о причинах снижения скорости течения Гольфстрим.

Результаты исследования. Как известно, Гольфстрим - самое сильное теплое течение в Мировом океане, которое поддерживает особый климат в Европе, поскольку благодаря ему в Европе (особенно на Скандинавском полуострове) среднегодовые температуры значительно выше, чем в иных регионах, находящихся на той же широте, поэтому Гольфстрим образно называют «батареей Европы». Сложившаяся в последнее время тенденция снижения температуры Гольфстрим, по мнению исследователей, может привести к серьезным проблемам

Течение Гольфстрим было открыто в 1513 году испанской экспедицией «Понсе де Леона».

С усилением судоходства, в XVIII веке были начаты первые исследования течения. В 1768 году Бенджамин Франклин обратил внимание, что почтовые корабли из Англии идут в Америку северным путем значительно дольше, чем южным направлением. Составленная им карта была издана в 1770 году в Англии, в 1778 году во Франции, а в 1786 году в США [1].

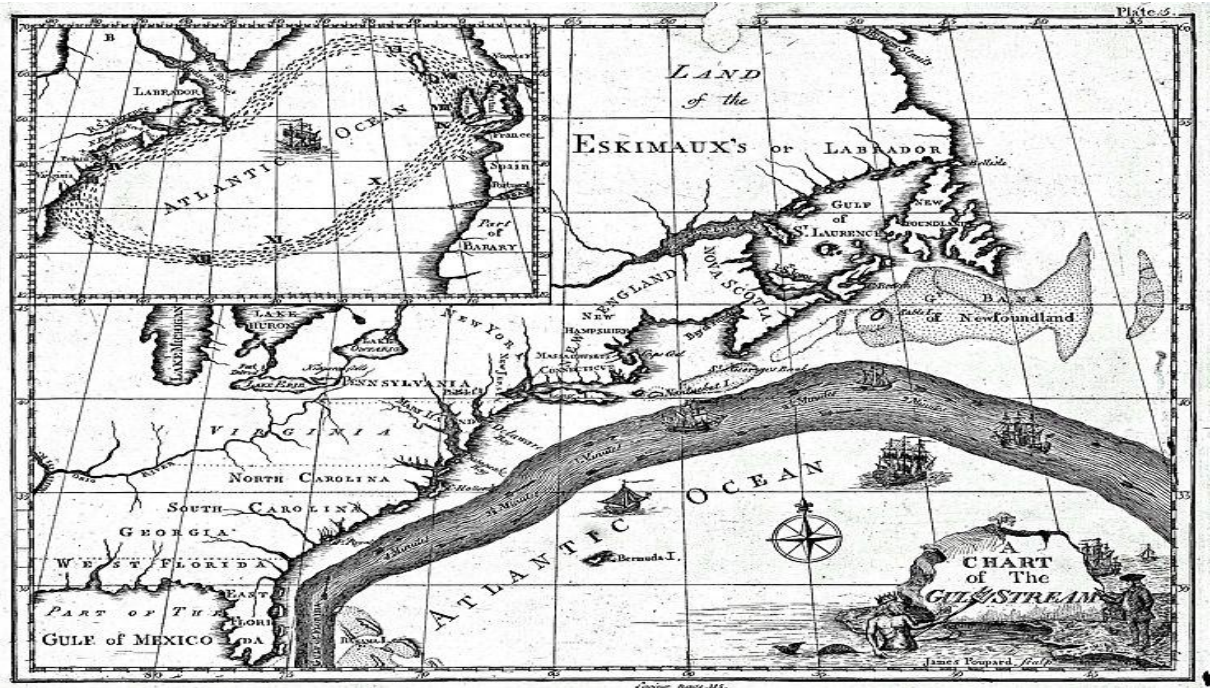


Рис. 1. Карта Бенджамина Франклина, 1770г.

Многие исследователи всемирно известного течения отождествляют Гольфстрим с течением реки в океане. Обосновывают это тем, что течение очень часто меняет свое местонахождение и непостоянно, так что определить его границы практически невозможно.

Если посмотреть на карты, то видно, что Гольфстрим движется широкой рекой прямо к берегам Европы (но при этом, никого не смущает, что на изображениях он соединяется с Североатлантическим и Норвежским течениями).

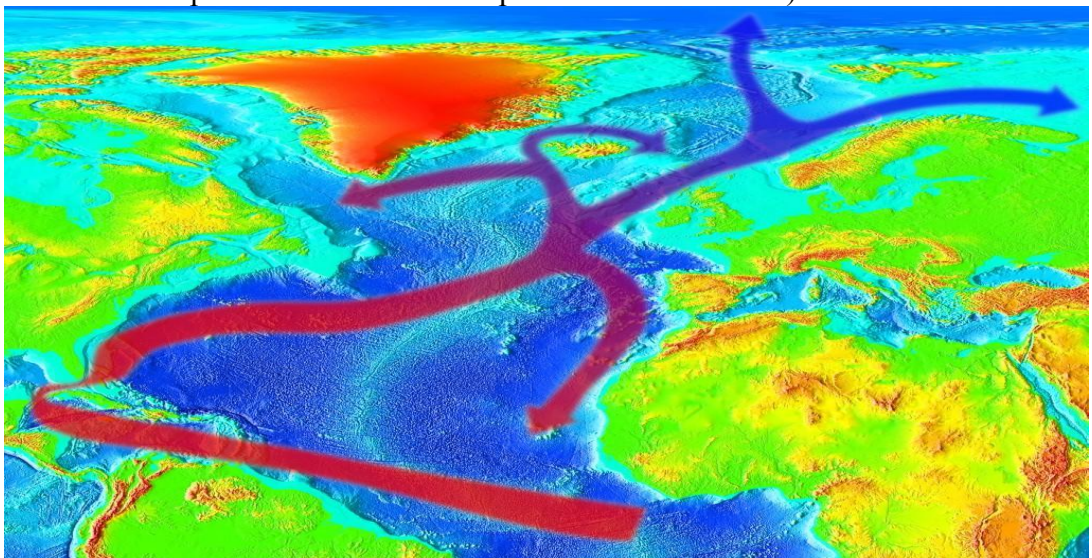


Рис. 2. Схематическое изображение переноса тепла течением Гольфстрим

Разница температур Атлантического океана и Гольфстрима очень велика, из-за чего течение фактически является неподдельной теплопроводной магистралью, проходящей сквозь Атлантический океан (рис. 2)

Гольфстрим продвигается вдоль американского побережья на север и у м. Гаттерас сворачивает в сторону Европы.

Небольшое количество информации о течениях Мирового океана и Гольфстрима возможно извлечь из схем течений Северной части Атлантического океана (см. рис. 3 и рис. 4).

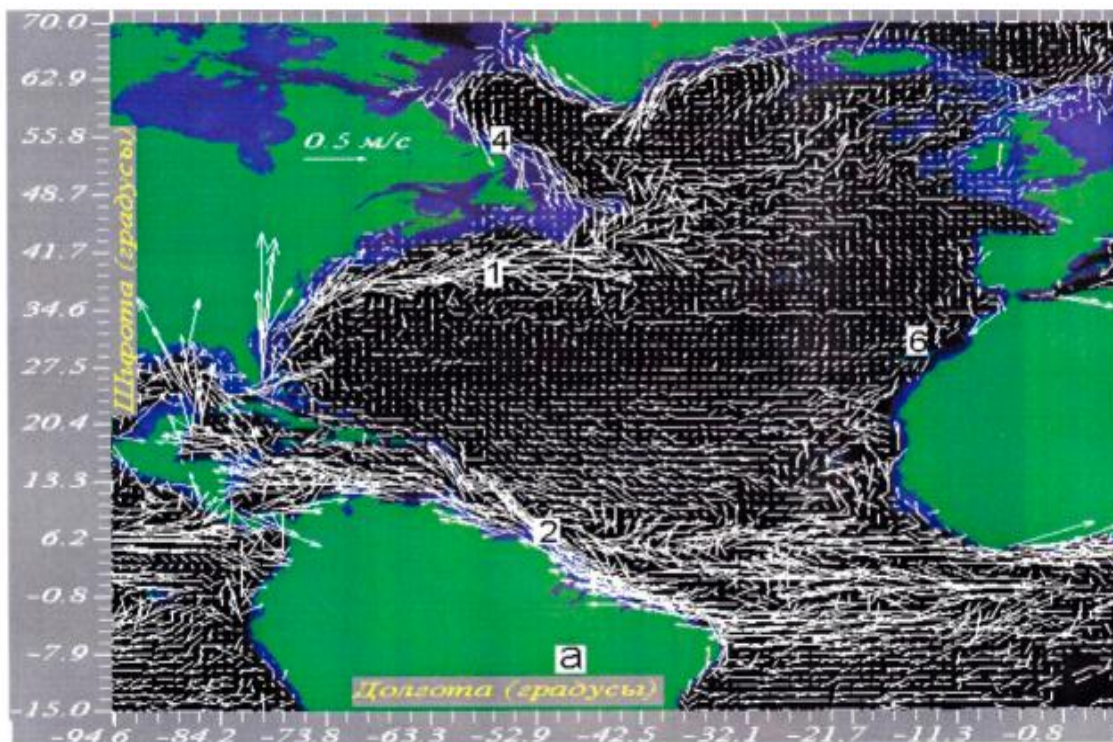


Рис. 3. Векторы дрейферных наблюдений течений Северного полушария Атлантического океана.

Течения: 1 – Гольфстрим, 2 – Гвианское, 4 – Лабрадорское, 6 – Канарское.

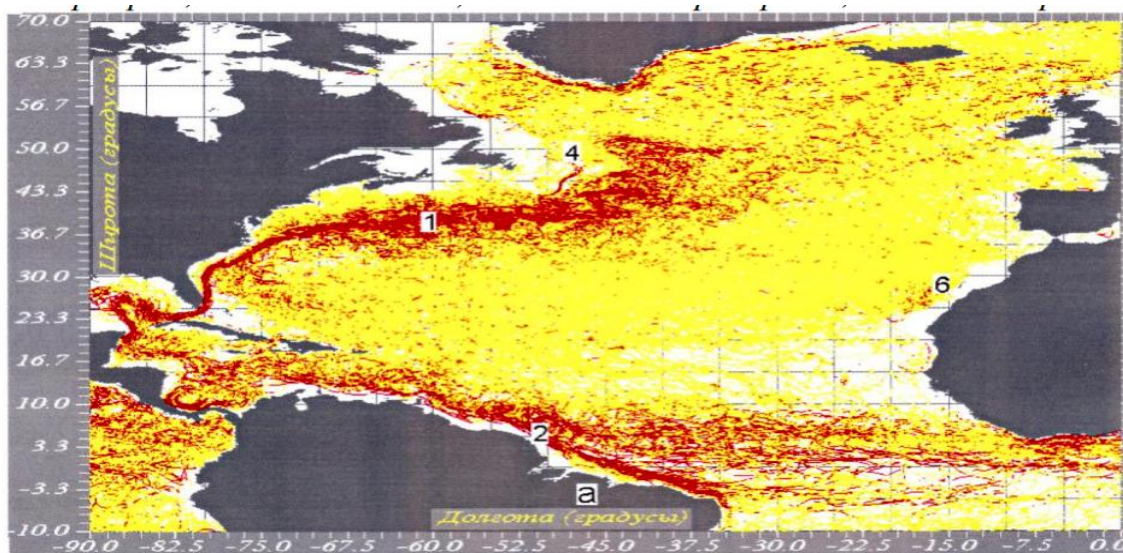


Рис. 4. Трассы дрейферов, запущенных в воды Северного полушария Атлантического океана.

Красным выделены участки магистралей, в коих скорость дрейферов, значит, и скорость течения превосходила 50 см/с, а жёлтым цветом - меньше обозначенных значений. К 2005 г, в Мировой океан было запущено более 18-ти тыс. дрейферов. Дрейфер – прибор, позволяющий отслеживать движение воды и определяющий скорость

и направление течения, на горизонте около 15 м. Сведения о положениях устройства в океане передаётся через спутник в центр сбора информации, вслед за тем размещаются в Интернете.

В районе Гольфстрима и вблизи от него было запущено в пределах 400 дрейфтеров, собственно, что позволило собрать данные о течениях и температуре воды, что позволило подробно исследовать Гольфстрим и его природу, а еще выстроить схемы течений Мирового океана.

Таблица 1
Изменения физико-географических показателей Гольфстрима

Географическое положение	Скорость течения (миль в сутки)	Температура поверхностных вод	Соленость промилле, ‰
район Мексиканского залива	80 – 120 5 – 9 км/час	27 ° С	36,5
в океане	6 км /час	25 - 26° С	36,2-36,4
мыс Гаттерас	3 – 4 км/час	25 - 26° С	36,2-36,4

Следует отметить, что если показатели температуры поверхностных вод меняются незначительно (на глубине 400м температура 10 - 12° С), так же, как и солености (на глубине 200м наблюдается наибольшая - 36,5 ‰), то скорость течения потока, толщина которого составляет 700 – 800м постепенно уменьшающегося к северу, снижается.

Исследования предыдущих лет доказали, что за прошедшие сто лет скорость течения Гольфстрима снизилась фактически на пятнадцать процентов [3].

С 1970-ого года учеными прослеживается тенденция замедления скорости Гольфстрим, происходящая интенсивнее, ежели у иных течений.

К общепланетарным процессам циркуляции присоединяются и локальные процессы. К общепланетарным процессам циркуляции присоединяются и локальные процессы. Таяние ледников Гренландии значимо пополнило размеры пресной воды, поступающей каждый год в соленые воды Северного Ледовитого океана. Эта холодная пресная вода не опускается на дно, так как ее соленость меньше, а находится у поверхности, нарушая естественную циркуляцию воды в данном ареале.

В результате этого ритм течения сбивается, что и приводит к региональным погодным аномалиям. В случае если таяние ледников продолжатся, то Гольфстрим будет и впредь испытывать на себе их воздействие, в конечном итоге может привести к необратимым последствиям. Некоторые палеоклиматологи и историки считают, что предпосылкой Малого ледникового периода, который наблюдался в средневековой Европе, могли стать сбои в работе Гольфстрима.

В новом исследовании учёные обнаружили подтверждения, что замедление в XX веке было невообразимым за прошедшее тысячелетие.

Учёные совместили прошлые данные и итоги анализа проб грунта, собранного у берегов Канады, Исландии, Гренландии и Германии. Так они планировали выяснить, при какой температуре и солености воды могли сформироваться данные слои. Благодаря этому можно было вообразить, как в то время выглядел "конвейер течений" и определить, что АМОС (Атлантическая меридиональная циркуляция) была стабильной до конца XIX века.

По мнению С. Рамшторфа, в случае если массовое потепление продолжится, то система к концу века ослабнет примерно еще на 35-45% , что естественно имеет возможность вызвать его совершенную остановку, а у ослабленного Гольфстрима возникнет возможность привести к увеличению значения моря на Атлантическом побережье США [4].

На основании данных, полученных со спутников и подтвержденных ВМС США, доктор, физик-теоретик Джанлуиджи Зангари, который на протяжении нескольких лет работал с учеными, осуществляющих мониторинг Мексиканского залива, пришел к выводу, что Североатлантическое течение, а именно Гольфстрим, больше не существует.

Предоставленная информация появилась в служебной записке от 12 июня 2010 г. «Петлевое течение в Мексиканском заливе остановилось после нефтяной катастрофы BP!». В этой статье отмечается:

«Сегодня утром Л. Пастор проинформировала Энергетический конгресс об отчете, в котором говорится, что по состоянию на 28 июля океанографические спутниковые данные показывают, что Петлевое течение Мексиканского залива прекратилось в результате катастрофы, связанной с разливом нефти BP."

Статья заканчивается словами: «Боже, помоги нам всем. Эта планета в кризисе» — «Боже, помоги нам всем. Эта планета в кризисе». Завершается данная статья словами: «God help us all. This planet is in crisis» - «Помоги всем нам Бог. Эта планета в кризисе». Как заявляет доктор Зангари, значительное число нефти из Мексиканского залива, которое возникло там в итоге трагедии на площадке British Petroleum, беспрерывно расширяется и обхватывает большие площади, оказывая при этом суровое воздействие на всю систему терморегуляции Земли, благодаря разрушению слоев теплого потока Гольфстрима.

Доступная в то время информация указывала на то, что в настоящее время в Северной Атлантике нет течения и что примерно в 150 милях от побережья Северной Каролины Гольфстрим начал разделяться.

Отсутствие теплого океанического течения в восточной части Северной Атлантики нарушило нормальный ход атмосферных потоков летом 2010 г., что привело к самым высоким температурам в российской столице и засухам, а также наводнениям в Центральной Европе и наводнениям в Китае, Пакистане и других азиатских странах [4].

Особенность Северной Атлантики в том, что вода над Атлантическим океаном испаряется несколько выше, чем выпадает в виде осадков, а над Тихим океаном, наоборот, в результате этого вода в Атлантике в среднем в несколько раз более соленая, чем в Тихом океане, а это значит, что она тяжелее и стремится опуститься на дно.

Исходя из предоставленной информации, причины Североатлантического течения носят глобальный характер и вряд ли на них сильно окажет воздействие такое событие, как разлив нефти в Мексиканском заливе. По самым мрачным оценкам, площадь пятна, образовавшегося из-за разлива нефти, составляет около ста тысяч квадратных километров, а площадь Атлантического океана яно в тысячу раз больше, чем пятно [5].

Некоторые ученые считают, что глобальное потепление не только увеличит годовое количество осадков, но и ускорит таяние ледяных щитов, в том числе Гренландского ледяного щита в Северной Атлантике, принеся в океан больше пресной воды, снизив плотность воды и ее соленость. «на северной оконечности «конвейерной ленты» Гольфстрима. Остановка течения приобретет катастрофические последствия по всему миру, серьезно нарушив выпадение осадков, которые влияют на производство продуктов питания миллиардов людей в Индии, Южной Америке и Западной Африке. Возможно, это вызовет усиление штормов и снижение температуры в Европе, а также повышение уровня моря в восточной части Северной Америки. Это также будет угрожать тропическим лесам Амазонки и ледяным щитам Антарктиды. [6].

Выводы: Исследование автором статьи различных точек зрения по поводу изменения физико-географических особенностей течения Гольфстрим показало, большинство ученых подтверждают, что происходит замедление скорости течения

Гольфстрим, однако, существуют разногласия в определении причин и скорости данного происходящего процесса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Филатов, С. Что с Гольфстримом? Немного истории / С. Филатов. — Текст : электронный // Международная жизнь. — 2009-2021. — URL: <https://interaffairs.ru/news/show/29327> (дата обращения: 29.11.2022).
2. Стоммел, Г. Гольфстрим. Физическое и динамическое описание / Г. Стоммел. — Москва : Издательство иностранной литературы, 1963. — 227 с. — Текст : электронный // Twirpx : [сайт]. — URL: <https://www.twirpx.com/file/2206365/> (дата обращения: 27.09.2022)
3. Володин, Е. Что на самом деле случилось с Гольфстримом? / Е. Володин. — Текст : электронный // НАУКА И ЖИЗНЬ. — 2011. — № 3. — URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/19305/> (дата обращения: 05.10.2022).
4. Бондаренко, А. Л. Крупномасштабная динамика и долгопериодные волны Мирового океана и атмосферы / А. Л. Бондаренко. — Текст : электронный // Meteoweb : [сайт]. — URL: http://meteoweb.ru/articles/bondarenko_05_2014.pdf (дата обращения: 25.09.2022).
5. Sterling, D. A. Loop Current in the Gulf of Mexico Has Stalled From BP Oil Disaster! / D. A. Sterling. — Текст : электронный // Infinite Unknown: [сайт]. — URL: <https://infiniteunknown.net/2010/08/06/loop-current-in-the-gulf-of-mexico-has-stalled-from-bp-oil-disaster/> (дата обращения: 30.11.2022).
6. Current Atlantic Meridional Overturning Circulation weakest in last millennium / L. Caesar. — Текст : электронный // Nature: [сайт]. — URL: <https://www.nature.com/articles/s41561-021-00699-z> (дата обращения: 30.09.2022).

GALF STREAM SLOW AND ITS CONSEQUENCES

Annotation. The paper considers the climate-forming role of the Gulf Stream in the life of Europe, analyzes publications about the Gulf Stream and its slowdown, characterizes the studied current, and also presents a forecast of the possibility of a complete stop of the Gulf Stream.

Keywords: flow; climate; Gulf Stream; forecast; effects.

Chukanova E.A.

Scientific adviser: Chizhikova O.A., Ph.D. Geographical Sciences, Associate Professor

SEI HPE "Donetsk National University"

E-mail: katyaalove301@gmail.com

УДК 330.322

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РФ

Шаталова П.С.

*Научный руководитель: Киосак Я.В., канд. экон.наук, доцент
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация: в статье рассматривается текущее состояние информационно-коммуникационных технологий в Российской Федерации, которые активно развиваются в условиях цифровизации экономики. Целью статьи является количественная оценка взаимосвязи между уровнем цифровизации региона и его инвестиционной привлекательностью с помощью корреляционно-регрессионного анализа.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, цифровая экономика, корреляционно-регрессионный анализ.

Введение. Растущая роль цифровых технологий в экономике и социуме – одно из основных отличий пятого технологического уклада. Цифровой бизнес, онлайн-магазины, мобильные банки и возможность, не выходя из дома, осуществлять инвестиции и управлять бизнесом – коренным образом меняют направления развития и управления территориями. Следовательно, меняются размеры и составляющая вложений и инвестиций, что обуславливает актуальность и необходимость оценки влияния цифрового потенциала на инвестиционную привлекательность с целью разработки направлений повышения инвестиционной привлекательности, эффективности капиталовложения и его распределения между регионами РФ.

Исследования многих других авторов подтверждают углубление данной проблемы, поскольку дифференциация регионов по уровню цифровизации влечет за собой дифференциацию регионов в территориальном развитии, что вызывает неравномерность в формировании инвестиционного потенциала, в следствие требуется развития методов оценки влияния цифровизации на процессы инвестирования.

Основная часть. В 2021 году в условиях относительно спокойной геополитической обстановки и выхода из критической фазы пандемии Covid-19 прирост инвестиций в основной капитал Российской Федерации составил 7,7%, однако в корне изменившаяся геополитическая ситуация в 2022 году явно отразится ухудшением инвестиционного климата по всей стране.

Переход к цифровой экономике требует высокий объем капиталовложений вложений. Цифровая экономика играет серьезную роль для инвестиционных вложений, а инвестиции, в свою очередь, очень важны для цифрового развития.

Во-первых, внедрение цифровых технологий может оказывать влияние на инвестиционную политику, что может понести за собой изменчивость характера международной деятельности и влияния зарубежных филиалов на принимающие страны.

Во-вторых, невозможно построить сетевую инфраструктуру, поощрять развитие компаний, которые работают с цифровыми технологиями, и поддерживать процесс цифровизации экономики в целом без целенаправленной инвестиционной политики, цифрового развития всех стран и участия развивающихся стран в глобальной цифровой экономике.

В рамках исследования поставлена гипотеза о наличии влияния цифровизации регионов на формирование инвестиционного потенциала. Для оценки цифровизации регионов Российской Федерации был использован метод многомерной средней по

формуле средней арифметической, который позволяет предоставить интегральную оценку объекта в многомерном пространстве признаков.

При формировании признакового пространства были отобраны показатели-стимуляторы: x_1 -население, использовавшее персональный компьютер, в процентах к общему числу населения; x_2 -настольные (стационарные) компьютеры, тыс. шт.; x_3 -мобильные компьютеры (лэптопы, ноутбуки, нетбуки, ультрабуки), тыс. шт.; x_4 - Планшетные компьютеры, в процентах к общему числу пользователей компьютерами; x_5 -мобильный телефон или смартфон, тыс. шт.; x_6 -другое мобильное устройство (например, устройство для чтения электронных книг и другое), количество пользователей; x_7 -игровые видеоприставки, тыс. шт.; x_8 -телевизоры со специальным устройством (Smart TV), в процентах к общему числу телевизоров

С помощью полученного интегрального показателя цифровизации регионов Российской Федерации была осуществлена группировка регионов по уровню цифровизации. Для оценки связи между взаимосвязью между уровнем цифровизации и инвестиционным потенциалом региона использован метод корреляционно-регрессионного анализа.

Регионы распределены в три группы с неравными интервалами (табл.1.). Абсолютным лидером по уровню цифровых технологий является Волгоградская область, значение интегрального показателя здесь самое высокое – 0,770. Это объясняется широким внедрением концепции «Умный город» с 2020 года, которая включает в себя пять региональных проектов: цифровое государственное управление; цифровые технологии; информационная безопасность; информационная инфраструктура; кадры для цифровой экономики [1].

Таблица 1

Группировка регионов РФ по уровню цифровизации в 2021 г.

Группа	Количество регионов	Удельный вес	Перечень регионов, входящих в группу
Высокий уровень [св. 0,564]	20	0,23	Волгоградская область, г.Санкт-Петербург, Ямало-Ненецкий авт.округ, Чукотский авт. округ, г.Москва, Мурманская область, Ханты-Мансийский авт.округ, г.Севастополь, Сахалинская область, Московская область, Республика Ингушетия, Магаданская область, Тульская область, Республика Крым, Краснодарский край, Приморский край, Тюменская область, Ненецкий авт.округ, Пензенская область, Ростовская область
Средний уровень [0,428-0,563]	53	0,61	Оренбургская область, Калужская область, Республика Татарстан, Калининградская область, Ленинградская область, Вологодская область, Владимирская область, Нижегородская область, Камчатский край, Челябинская область, Республика Карелия, Республика Коми, Республика Башкортостан, Смоленская область, Республика Северная Осетия-Алания, Тамбовская область, Республика Бурятия, Свердловская область, Архангельская область, Курская область, Липецкая область, Ставропольский край, Саратовская область, Хабаровский край, Новосибирская область, Пермский край, Красноярский край, Тверская область, Республика Калмыкия, Ивановская область, Рязанская область, Республика Саха (Якутия), Астраханская область, Чеченская Республика, Кемеровская область, Республика Хакасия, Воронежская область, Республика Мордовия, Алтайский край, Иркутская область, Псковская

			область, Омская область, Томская область, Удмуртская Республика, Самарская область, Костромская область, Белгородская область, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Адыгея, Республика Дагестан, Брянская область
Низкий уровень [до 0,427]	14	0,16	Амурская область, Чувашская Республика, Ярославская область, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Тыва, Новгородская область, Еврейская автономная область, Кировская область, Орловская область, Тюменская область, Ульяновская область, Курганская область, Забайкальский край, Республика Марий Эл

Рассчитано автором на основе[2].

На втором месте по уровню цифровизации находится г. Санкт-Петербург, где она в буквальном смысле охватывает все сферы жизни населения. Активная работа ведется по оцифровке городской сети. Власти Петербурга усиленно привлекают городских предпринимателей, а так же зарубежных разработчиков, которые охотно вкладываются в современное развитие инфраструктуры города.

Закрывает тройку лидеров Ямало-Ненецкий автономный округ, который с 2020 года исполняет стратегию в области цифровой трансформации отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления.

В ходе реализации стратегии на данный момент уже разработаны и внедрены в жизнь следующие разработки: искусственный интеллект, большие данные, цифровой помощник, цифровой двойник, промышленный интернет, ГЛОНАСС-мониторинг, беспилотные летательные аппараты, интернет вещей[3].

В соответствии с требованиями Регионального инвестиционного стандарта, в субъектах Российской Федерации должны быть созданы специализированные интернет-порталы, посвященные инвестиционной деятельности. Подобный электронный ресурс содержит информацию об инвестиционном потенциале региона, реализуемых на его территории проектах, существующей инфраструктуре и применяемых мерах поддержки предпринимательской деятельности, планы и отчеты профильных организаций в инвестиционной сфере, а также каналы прямого взаимодействия власти и бизнеса[6].

На данный момент компании вынуждены закупать зарубежные технологии и лишь 25,3% приобрели отечественные. Как отмечают российские компании, деятельность которых направлена на разработку и внедрение инновационных продуктов является отечественный бизнес- 54,4%, что свидетельствует об отсутствии достаточного количества и качества цифровых услуг. Инвесторы с большой осторожностью инвестируют в проекты цифровизации, однако по данным Tadviser 12% крупных отечественных предприятий готовы инвестировать более 100-150 млн. руб. в это направление до 2024 года[4].

Для оценки инвестиционного потенциала регионов Российской Федерации был использован метод многомерной средней, что является интегральной оценкой объекта в многомерном пространстве признаков.

На этапе формирования признакового пространства была отобрана группа из шести показателей (5 стимуляторов и 1 дестимулятор): x_1 – объем капитальных инвестиций, млрд. руб. – фактор экономического роста; x_2 – доля инвестиций направленных на модернизацию в общем объеме инвестиций в основной капитал в ВВП, %–показатель объемов финансовых вложений в реконструкцию и модернизацию производства; внедрения современных технологий; x_3 – численность занятых, млн. чел. – показатель удовлетворения потребности в квалифицированном персонале; x_4 – численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, чел. – показатель

инновационного развития; x_5 – уровень инвестиционной активности организаций, % – фактор платежеспособности предприятий; x_6 – индекс потребительских цен, %.

Полученная группировка представлена в таблице 2

Таблица 2

Группа	Количество регионов	Удельный вес	Состав группы
Высокий уровень [св. 0,337]	20	0,23	г. Москва, Московская область, Курганская область, Волгоградская область, Новосибирская область, Челябинская область, Ростовская область, Республика Мордовия, Ханты-Мансийский округ, Самарская область, Алтайский край, Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Нижегородская область, Тюменская область, г. Санкт-Петербург, Свердловская область
Средний уровень [0,138-0,336]	52	0,60	Калининградская область, Республика Дагестан, Хабаровский край, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Крым, Приморский край, Архангельская область (кроме Ненецкого авт.округа), Ивановская область, Еврейская автономная область, Удмурдская Республика, Ленинградская область, Кемеровская область, Иркутская область, Рязанская область, Республика Бурятия, Ульяновская область, Тюменская область (кроме Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого авт.округа), Ярославская область, Пермский край, Чувашская Республика, Владимирская область, Ставропольский край, Тверская область, Калужская область, Саратовская область, Кировская область, Красноярский край, Белгородская область, Псковская область, Краснодарский край, Липецкая область, Томская область, Воронежская область, Тульская область, Пензенская область
Низкий уровень [до 0,137]	15	0,17	Ненецкий авт.округ, Чукотский авт.округ, Республика Алтай, Республика Калмыкия, Сахалинская область, Республика Тыва, Карачаево-Черкесская Республика, Амурская область, Ямало-Ненецкий авт.округ, Республика Адыгея, Чеченская Республика, Республика Ингушетия, Республика Саха(Якутия), Архангельская область, Курская область, Мурманская область, Орловская область, Республика Северная Осетия-Алания, Магаданская область, Смоленская область, Астраханская область, Республика Марий Эл, Республика Карелия, Костромская область, Оренбургская область, Брянская область, Республика Хакасия, Камчатский край, Забайкальский край, Вологодская область, Омская область, Республика Коми, Новгородская область, Тамбовская область, г.Севастополь

Рассчитано автором по данным [2]

Абсолютным лидером по инвестиционному потенциалу является город федерального значения Москва. Оставаясь даже в условиях пандемии недостижимой по показателям эффективности экономики, инфраструктурного развития и финансовой устойчивости. Город занимает лидирующие позиции по инвестиционному и кадровому потенциалу, деловому климату, развитию государственно-частного партнерства, качеству жизни.

На втором месте по инвестиционному потенциалу находится город Санкт-Петербург. Город является привлекательным для инвесторов с точки зрения инвестиций в несырьевые сектора экономики. Однако, несмотря на высокие показатели объема инвестиций в основной капитал и численности занятого населения, данный регион имеет высокий уровень инфляции и сравнительно невысокую инвестиционную активность предприятий.

Замыкает тройку лидеров по инвестиционному потенциалу Республика Башкортостан, имея один из самых высоких показателей по уровню инвестиционной активности по стране – 25,1%. Столь высокому значению показателя способствует расширение поддержки инвесторов, включая субсидирование затрат на обслуживание инвестиционных кредитов, компенсацию курсовых разниц по приобретаемому импортному оборудованию, снижение пороговых критериев для получения поддержки в форме строительства и возмещение затрат на инженерные коммуникации.

Выполненный корреляционно-регрессионный анализ свидетельствует о прямой и сильной связи между уровнем цифровизации региона и его инвестиционной привлекательностью, значение коэффициента детерминации $R^2 \rightarrow max$, и составило 0,820.

Уравнение регрессии имеет вид:

$$y=0,305 + 1,130x$$

Параметр a_1 свидетельствует о том, что с увеличением уровня цифровизации на 1 пункт, уровень инвестиционного потенциала региона увеличивается на 1, 13 пункта в среднем по стране.

Для проверки достоверности полученного уравнения была рассчитана относительная ошибка аппроксимации, которая составила – 3,9%, что свидетельствует о статистической точности полученного уравнения.

Выявленная дифференциация регионов позволила сформировать группы регионов с высокой, средней и низкой инвестиционной привлекательностью. С помощью полученной группировки, проанализировано в какой из групп цифровизация влияет на инвестиционный потенциал наиболее сильно. Результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3

Результаты корреляционно-регрессионного анализа зависимости инвестиционной привлекательности от цифровизации регионов РФ за 2021г.

Группы регионов по уровню инвестиционной привлекательности	Уравнение регрессии	Относительная ошибка, %	Коэффициент детерминации (R^2)	Частные коэффициенты эластичности, %
Низкий уровень	$0,335+0,630 x$	0,3	97,0	0,22
Средний уровень	$0,271+1,280 x$	0,7	97,9	0,45
Высокий уровень	$0,569+0,403 x$	4,8	44,8	0,14

Рассчитано автором на основе[2].

Выявлено, что с повышением инвестиционной привлекательности зависимость от уровня цифровизации снижается, что объясняется пределом насыщения цифровыми процессами. Данный факт подтверждают коэффициенты эластичности $\varepsilon_j = a_j \frac{x_j}{y_j}$.

Так при увеличении индекса цифровизации на 1%, инвестиционный потенциал в группе регионов с низким уровнем инвестиционной привлекательности увеличится на 0,22%, в группе со средним уровнем – 0,45% и в группе с высоким уровнем только на 0,14%.

Заключение. Исходя из полученных результатов, можно сказать, что связь между группами Российской Федерации по уровню цифровизации и их инвестиционным потенциалом прослеживается в разных группах с различными коэффициентами эластичности. Это можно объяснить высокой дифференциацией регионов Российской Федерации как по уровню цифровизации, так и по уровню инвестиционного потенциала. Имея разный уровень цифровизации, регионы существенно отличаются по уровню инвестиционной деятельности.

В соответствии с программой развития цифровой экономики в РФ до 2024 года существует ряд ключевых направлений развития цифровизации. Целью нормативного регулирования является создание новой правовой среды для развития современных технологий и экономической деятельности. Параллельно с этим уже проходит модернизация системы образования, для подготовки квалифицированных специалистов, отвечающих требованиям цифровизации [7].

К направлениям, повышения отдачи от цифровых технологий, которые стимулировали бы развитие инвестирования, можно отнести:

- дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы применения новых инструментов инвестирования в цифровой экономике;
- развитие инвестиционной и инновационной инфраструктуры в условиях цифровой экономики, участниками которой являются не только государство и компании, но и домашние хозяйства;
- дальнейший рост пользователей сети Интернет, особенно в экономических центрах;
- дальнейший процесс компьютеризации компаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление правительства «Об утверждении прогноза социально-экономического развития Волгоградской области на 2022-2036 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/403325946>. – Дата доступа: 04.02.2023.
2. Российский статистический ежегодник 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/b20_13/Main.htm. – Дата доступа: 04.02.2023.
3. Постановление Губернатора Ямало-Ненецкого автономного округа от 20.08.2021г. «Об утверждении Стратегии в области цифровой трансформации отраслей экономики, социальной сферы и государственного управления» [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/402638730>. Дата доступа: 04.02.2023.
4. Цифровизация промышленности: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>– Дата доступа: 04.02.2023.
5. Инвестиционный портал регионов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.investinregions.ru/>. – Дата доступа: 04.02.2023.
6. Маковкина С.А., Воронов Н.Д. Влияние цифровой трансформации на инвестиционную привлекательность региона // Муниципалитет: экономика и управление. 2019. № 4 (29). С. 95—103.
7. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> - Дата доступа: 13.02.2023.

QUANTITATIVE ASSESSMENT OF THE IMPACT OF DIGITALIZATION PROCESSES ON THE REGIONAL INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Annotation. The article examines the current state of information and communication technologies in the Russian Federation, which are actively developing in the conditions of digitalization of the economy. The purpose of the article is to quantify the relationship between the level of digitalization of the region and its investment attractiveness using correlation and regression analysis.

Keywords: investment attractiveness, digital economy, technologies, informatization,

Shatalova P.S.

Scientific adviser: Kiosak Y.V. Ph D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: shatalova_polina@list.ru

УДК 336.6

ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОРАСЧЁТОВ МЕЖДУ УЧАСТНИКАМИ ЦЕПИ ПОСТАВОК И ПУТИ К ИХ РЕШЕНИЮ

Швецова А.П.

*Научный руководитель: Штиллер М.В., канд. экон.наук, доцент
Государственный университет морского и речного флота им. ад. С.О. Макарова*

Аннотация. Вследствие сложившейся геополитической обстановки отрасль логистики и управления цепями поставок столкнулась с проблемой взаиморасчётов между контрагентами. В данной статье рассматривается названная проблема, освещаются уже найденные решения, активно применяемые на практике, предлагается альтернативное решение, а именно использование криптовалюты в качестве средства платежа за товары и транспортные услуги, и оценивается возможность его внедрения в текущие реалии. В ходе исследования выявлены минусы существующих вариантов оплаты, раскрыты плюсы использования криптовалюты, позволяющие исключить недостатки, имеющиеся в традиционных системах оплаты. Однако в результате проведённого исследования установлено, что несмотря на наличие многочисленных плюсов, использовать криптовалюту во взаиморасчётах за товары и услуги в России не представляется возможным по причине отсутствия соответствующей правовой базы.

Ключевые слова. Взаиморасчёты, цепочка поставок, фиатные деньги, технология Blockchain, криптовалюта.

Введение. В феврале 2022 года мир логистики для России разделился на «до» и «после». Огромное количество ранее существовавших цепей поставок, формировавшихся годами, в одночасье было разрушено ввиду разрыва договорных отношений между контрагентами по причине введённых в тот же месяц ограничений, отсутствием в сложившейся ситуации вариантов доставки тех или иных грузов из-за ухода с российского рынка крупных судовладельцев и наложения запрета на заходы судов под российским флагом в европейские порты не только для перевалки грузов, но и для осуществления снабжения судна топливом и запасами. Перечисленные выше причины разрушения паутины ранее отлично функционирующих цепей поставок являются самыми очевидными и потому широко обсуждаемыми. Однако вместе с ними родились не менее значительные проблемы, повлиявшие на функционирование цепочки поставок, среди которых в данном исследовании будет выделена проблема взаиморасчётов между контрагентами.

Если решение обозначенных в первую очередь проблем было найдено (многие российские импортёры/экспортёры установили договорные отношения с крупными компаниями азиатского рынка, предлагающими аналогичную европейской номенклатуру товаров; были разработаны альтернативные схемы доставки грузов через Турцию и Дальний Восток), то трудностям финансового характера было уделено меньшее внимание, хотя денежный поток наряду с материальным и информационным потоками также пронизывают любую цепочку поставок. [1] В связи с этим данное исследование, рассматривающее наряду с существующими альтернативное решение обозначенной проблемы и оценивающее возможность его внедрения, является актуальным.

Цель исследования – консолидировать потенциально возможные и уже внедрённые в практику решения проблемы взаиморасчётов; провести их сравнительный анализ на основе выделенных критериев: скорость транзакций, комиссионные сборы, риск денежных потерь из-за возникающих курсовых разниц, уязвимость¹, возможность использования на территории РФ.

¹ Возможность противостоять хакерским атакам

Задачи исследования:

- описать проблему денежного потока цепи поставок, определяемую иначе как «финансовую»;
- обозначить решения данной проблемы, уже применяемые на практике;
- предложить альтернативное решение исследуемой проблемы, заключающееся в использовании криптовалюты в качестве средства платежа за товары и услуги;
- определить причины востребованности технологии Blockchain и криптовалюты в сложившейся ситуации;
- рассмотреть плюсы и минусы использования криптовалюты;
- оценить возможность и эффективность применения данной модели платежа в РФ.

Объектом исследования является криптовалюта и фиатные денежные средства, предметом – взаиморасчёты в криптовалюте и фиатных денежных средствах.

Обзор научной литературы

Рассмотрены научные статьи, в которых раскрыто понятие технологии Blockchain, выявлены преимущества и недостатки применения данной технологии в финансовом секторе (Арефьев П.В. и др. «Технология блокчейн в финансовом секторе экономики») и логистике (Корниенко П.А., Касаев Б.С. «Применение Blockchain-технологии в логистике и управлении цепями поставок»). Выполнен анализ электронных ресурсов, определяющих ограничения использования криптовалюты во взаиморасчётах между российскими юридическими лицами. [1]

Основная часть

Начиная с февраля 2022 года переводы валюты (под валютой в данной статье понимаются евро и доллары США как наиболее используемая количественная форма выражения финансового потока в цепи поставок) в/из РФ стали проблематичны. Участились случаи блокировки денежных средств банками-корреспондентами, участвующими в процессе обеспечения перевода валюты, под предлогом проверки транзакций на легальность с учётом введённых ограничений. Срок, в течение которого средства будут зачислены на счёт поставщика товара или услуги стал непредсказуемым. В сложившихся условиях многими компаниями было введено условие работы по предоплате, исполнение которого на примере компаний-перевозчиков и транспортно-экспедиторских компаний контролируется имеющимся у них по договору правом удерживать груз на данном участке цепи поставок до полного исполнения контрагентом своих обязательств в части оплаты услуг. По этой причине отсутствие понимания точных сроков зачисления средств на счёт недопустимо, так как препятствует планированию конкретных сроков доставки груза конечному получателю и приводит к возможному нарушению основной концепции логистики «доставки точно в срок». [1] Более того, многие участники цепи поставок опасаются, что денежные средства и вовсе могут быть не зачислены на их расчётный счёт.

Отключение некоторых российских банков (Сбербанк, ВТБ, Россельхозбанк и др.) от системы SWIFT сделало переводы валюты с участием данных банков априори невозможным. Предложенное решение выполнять международные переводы валюты из санкционных банков через российские банки, не отключённые от SWIFT, переводы валюты между которыми внутри России никак не ограничиваются, очевидно сопряжено с дополнительными комиссионными затратами. [2]

На текущий момент активно используются схема выставления счетов в рублях по курсу, согласованному контрагентами и схема выставления счетов в валюте, подлежащих оплате в рублях по курсу на день платежа. При этом многие контрагенты увеличивают стоимость услуги или товара на некоторый процент конвертации,

позволяющий покрыть возможные убытки вследствие курсовой разницы. Также некоторые компании переходят на взаиморасчёты в национальной валюте стран, не объявивших санкции против России. Однако, по причине того, что национальная валюта (CNY, INR и др.) не является единой во взаиморасчётах между всеми участниками цепи поставок, могут возникать значительных потери из-за курсовых разниц при приведении расходов и доходов к единой валюте. Таким образом, оба решения могут негативно сказываться на конечной стоимости товара.

Создание такой схемы взаиморасчётов, при которой оплата производилась бы напрямую между участниками цепи поставок без привлечения посредников в лице банков, не только бы исключило проблему замораживания средств на неопределённый срок на счетах третьей стороны, но и позволило бы сократить суммарные издержки на переводы. Данная задача может быть решена путём применения технологии Blockchain и использования криптовалюты в качестве валюты платежа. [1]

Blockchain – это технология надёжного распределённого хранения записей обо всех когда-либо совершённых транзакциях в криптовалюте – цифровой валюте, которая может быть применена во взаиморасчётах между контрагентами без участия банков или иных финансовых организаций. [3, 1] Принцип децентрализации, лежащий в основе функционирования технологии Blockchain, определяет основные плюсы взаиморасчётов в криптовалюте, а именно:

1) отсутствие посредников и, как следствие, уменьшение комиссионных сборов и увеличение скорости транзакций. [4, 4]. В то время как комиссионные сборы банков достигают 2-5% от суммы исходящего или входящего перевода, комиссии крипто-процессингового сервиса не превышают 1%. [5] На данный момент существует ряд технологических и технических ограничений, связанных с вычислительной мощностью компьютеров, которые подбирают уникальный код, соответствующей блоку с записью о проведённой транзакции в распределённом реестре. Таким образом, при резком увеличении количества транзакций, процесс валидации замедляется, что приводит к мемпулам, так называемым очередям из транзакций, среди которых приоритет отдаётся транзакции с большей комиссией. [4, 7] Зависимость скорости транзакции от их количества, можно отнести к недостаткам технологии Blockchain, однако в то же время позволяет управлять скоростью платёжной операции. Контролировать скорость в традиционной схеме оплаты не представляется возможным. [1]

2) принцип децентрализации, обеспечивающий сохранность данных о проведённых транзакциях, их прозрачность, а также уменьшающий вероятность хакерских атак, мошенничества, искажения данных. [4, 8] Блоки с информацией о транзакциях хранятся на миллионах различных компьютерах, входящих в распределённую сеть, что позволяет сразу обнаружить изменение содержимого любого блока. При этом изменение одного из блоков влечёт за собой появление несоответствия во всех последующих блоках, так как каждый последующий блок содержит уникальный код предыдущего блока, который видоизменяется при внесении в этот блок информации, отличной от исходной. Именно этот принцип позволяет с самого начала установить максимальный уровень доверия между участниками транзакций. [1]

Многие участники бизнеса до сих пор ссылаются на волатильность криптовалюты как на основное препятствие к её использованию во взаиморасчётах, при этом не учитывая факт появления менее волатильных криптовалют – стейбл-коинов, таких как: Tether (USDT), USD Coin (USDC), CACHE gold (CACHE). Их рыночная стоимость привязана к стоимости реального актива (доллара США или золота), и поэтому является стабильной. Названные выше криптовалюты централизованы и выпускаются подконтрольным различным правительствам эмитентом и, как следствие, могут быть легко заблокированы. В сложившейся геополитической ситуации предпочтение должно

отдаваться децентрализованным стейбл-коином (Terra, Ampleforth, DAI), не контролируемым третьей стороной. [6]

На самом деле, основным барьером к использованию криптовалюты во взаиморасчётах между участниками цепи поставок является отсутствие правовой базы, обеспечивающей легальность данных транзакций между юридическими лицами. В соответствии с ФЗ «О финансовых цифровых активах» оплата товаров и услуг криптовалютой запрещена. При этом криптовалюта согласно закону считается не средством платежа, а имуществом. В связи с этим некоторые юристы расценивают взаиморасчёты в криптовалюте в качестве бартера, аргументируя тем, что имущество в виде криптовалюты обменивается на товар или услугу. [7]

Рассмотрим варианты организации оплаты в криптовалюте. Первый способ крипто-платежей по QR коду, который становится доступен после регистрации электронного кошелька организации, вызывает больше опасений в юридическом плане в сравнении со вторым, который основывается на использовании крипто-процессингового сервиса. Лазейкой является то, что в момент перевода криптовалюта конвертируется и на счёт резидента РФ поступает уже в форме фиатных денег. При этом это применимо только в отношении входящих платежей. Несмотря на то что за выполнение переводов криптовалюты законом не предусмотрено конкретное наказание, юристы считают, что такие платежи могут быть отнесены к нарушению статей 172 УК РФ (незаконная банковская деятельность), 159 УК РФ (мошенничество) и 199 УК РФ (уклонение от уплаты налогов). [7]

Стоит отметить, что утверждённый 6 октября 2022 года восьмой пакет санкций также осложняет применение данной модели платежа на практике, так как запрещает некоторым сервисам предоставлять услуги по хранению и переводам криптовалюты резидентам РФ. К таким сервисам относятся те, что зарегистрированы в странах Евросоюза или осуществляют активную коммерческую деятельность на территории ЕС. Наиболее популярными из них являются: Binance, Coinbase, LocalBitcoins. Однако, принимая во внимание, что переводы криптовалюты, осуществляемые с помощью азиатских P2P сервисов, к примеру, таких как Bybit или KuCoin, а также некастодиальных кошельков, по-прежнему разрешены, отсутствие нормативно-правовой базы в России остаётся основным сдерживающим фактором внедрения данной модели платежа в нашей стране.

На основании вышеизложенного составлена сравнительная таблица традиционной системы платежа (взаиморасчёты осуществляются в рублях, национальной валюте стран, необъявивших санкции против России) и модели осуществления платежей в криптовалюте. Сравнение было произведено на основе следующих критериев: скорость транзакций, комиссионные сборы, риск денежных потерь из-за возникающих курсовых разниц, уязвимость², возможность использования на территории РФ.

² Возможность противостоять хакерским атакам

Таблица 1

Сравнительный анализ	
Взаиморасчёты в фиатных денежных средствах (RUB, CNY, INR)	Взаиморасчёты в криптовалюте
Скорость	
Непредсказуема	Подконтрольна
Комиссионные сборы	
2-5%	До 1%
Риск потерь из-за курсовых разниц	
Есть	Отсутствует
Уязвимость	
Высокая	Низкая
Возможность использования на территории РФ	
Активно используется	Отсутствует

Заключение. В ходе исследования выявлено, что несмотря на наличие многочисленных плюсов применения технологии Blockchain и криптовалюты во взаиморасчётах между участниками цепи поставок, которые позволяют решить текущие проблемы, связанные с финансовым потоком цепи поставок, внедрение такого способа взаиморасчётов не представляется возможным в ближайшем будущем для российского бизнеса по причине отсутствия нормативно-правовой базы, позволяющей легально проводить данные транзакции. Однако, если принять во внимание возможность внесения изменений в существующие законные акты, а, значит, потенциальное одобрение государством транзакций в криптовалюте, данное исследование может иметь и практическое значение, так как доказывает то, что использование криптовалюты в международных расчётах является рациональным решением проблем традиционных вариантов оплаты, исключая влияние геополитической ситуации, являющейся источником возникновения данной проблемы.

К перспективам дальнейшего исследования в данном направлении можно отнести подробное изучение существующих сервисов для взаиморасчётов в криптовалюте, их анализ и выбор на основе проведённого сравнения сервиса, являющегося наиболее подходящим для использования во взаиморасчётах между участниками цепи поставок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Швецова А.П., Штиллер М.В. Перспективы использования криптовалюты во взаиморасчётах между участниками цепи поставок. Научная статья. Сборник материалов XII Международной научно-практической конференции «Архитектура финансов: устойчивое развитие и ответственное финансирование в эпоху глобальных изменений». 2022 г.
2. Какие банки отключили от SWIFT и что это значит для клиентов. Электронный ресурс: <<https://www.sravni.ru/text/kakie-banki-otklyuchili-ot-swift-i-cto-eto-znachit-dlya-klientov/>> (дата обращения 10.11.2022).
3. Корниенко П.А., Касаев Б.С. Применение Blockchain-технологии в логистике и управлении цепями поставок. Научная статья. Журнал «Инновации и инвестиции» №4. 2017. 6 с.
4. Арефьев П.В., Восканов А.С., Гришин А.С. Технология блокчейн в финансовом секторе экономики. Научная статья. Электронный научно-экономический журнал «Стратегии бизнеса». 2019 г. 8 с.
5. Оплата криптой — легально, или нет: как компании могут начать принимать криптовалютные платежи. Электронный ресурс: <<https://vc.ru/crypto/471373-oplata-kripto-legalno-ili-net-kak-kompanii-mogut-nachat-prinimat-kriptovalyutnye-platezhi>> (дата обращения: 17.11.2022)
6. Что такое стейбл-коины и как их использовать? Электронный ресурс: <<https://vc.ru/crypto/277749-cto-takoe-steybl-koiny-i-kak-ih-ispolzovat>> (дата обращения 14.11.2022)
7. Помогут ли криптовалюты рассчитаться с исполнителями или помочь родным за рубежом? Электронный ресурс: <<https://skillbox.ru/media/business/pomogut-li-kriptovalyuty-rasschitatsya-s-ispolnitelyami-ili-pomoch-rodnyim-za-rubezhom/>> (дата обращения 17.11.2022).

**CURRENT PROBLEMS OF MUTUAL ACCOUNTS BETWEEN SUPPLY CHAIN PARTICIPANTS
AND WAYS TO ITS SOLUTION**

Abstract. .Due to current geopolitical situation logistics and supply chain management industry has faced with the problem of mutual accounts between counterparties. This article discusses the problem, highlights already found solutions which are actively applied into practice, offers an alternative solution, namely the use of cryptocurrency as a means of payment for goods and transport services, and assesses the possibility of its implementation in the current reality. The study reveals disadvantages of existing payment options and advantages of using cryptocurrency that allow to eliminate the disadvantages of traditional payment systems. However, the study has found that despite the presence of numerous advantages, it is not possible to use cryptocurrency in mutual payments for goods and services in Russia due to the lack of an appropriate legal framework.

Key words. Mutual accounts, supply chain, fiat money, Blockchain technology, cryptocurrency.

Shvetsova A.V.

Scientific supervisor: Shtiller M.

aleksandra.shvecova@icloud.com

УДК 33.339.1

ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Шеховцова А.В.

*Научный руководитель: Баркалова Н.А., старший преподаватель
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

Аннотация. В данной работе рассматривается вопрос в необходимости улучшения организации рекламной деятельности на предприятиях. Актуальность данной темы обусловлена тем, что реклама остается одним из эффективных способов продвижения товаров и услуг на рынке, и успех фирмы зависит от того, как организована рекламная деятельность на предприятии.

Ключевые слова: реклама, рекламная деятельность, организация, мероприятия.

В настоящее время одним из самых распространенных средств стимулирования спроса на различные виды продукции и услуги является реклама. Во все времена она выполняла функцию информации покупателей о существовании того или иного товара. Однако для многих организаций чисто информативная реклама имеет второстепенное значение. Гораздо более важным для них является то, что с помощью рекламы можно убедить потребителя в достоинствах товара и тем самым продвинуть свою продукцию на рынок.

В соответствии с законом Донецкой Народной Республики о рекламе (пункт 6 статьи 2 с изменениями, внесенными в соответствии с Законом от 14.09.2022 № 407-ПНС), реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. [1]

Средства рекламы достаточно широки и разнообразны, поэтому разными авторами приводится различная классификация. Так, доктор экономических наук, профессор Ф.Г. Панкратов классифицирует по признакам:

- по назначению, рекламные средства могут быть рассчитаны на оптовых и розничных покупателей, на определенные группы населения (мужчины, женщины, дети, лиц ведущих домашнее хозяйство, спортсменов, туристов, школьников, фермеров и т. д.);
- по месту применения, рекламные средства подразделяются на внутренние - используемые на самом торговом предприятии, и внешние - вне розничного или оптового предприятия. [2]

В настоящее время все чаще используется Интернет - реклама. Основными преимуществами этого медиаканала является то, что Интернет - адрес дается в средствах массовой информации а потенциальный покупатель зайдя на сайт сразу же знакомится с устройством предприятия, узнает о предоставляемых услугах, предстоящих презентациях, а автоматическая система поиска дает точные определения об интересующем товаре, его цене и других характеристиках, есть ли в наличии, информацию о следующем ожидаемом завозе и т.д.

Современные предприятия действуют в рыночных условиях, поэтому пытаются организовать все стороны своей деятельности таким образом, чтобы выжить и закрепить позиции среди огромного числа конкурентов, стремительно развивающихся технологий, появления новой информации и материалов. В этой связи большое значение приобретает проблема организации рекламной деятельности на предприятии.

Главной предпосылкой ее рационализации является методическая и плановая подготовка рекламных сообщений и рациональное их использование на всех этапах рекламного процесса.

Большинство фирм и организаций решает вопрос: создавать ли рекламную службу или воспользоваться услугами рекламных агентств.

Отечественный исследователь Ф.Г. Панкратов считает, что рекламные агентства позволяют рекламодателям экономить время и средства. Однако он подчеркивает, что не все агентства в полной мере отвечают за эффективность предлагаемых ими видов и средств рекламы. В этой связи каждая фирма, каждое предприятие или организация обязаны иметь специальное структурное подразделение, занимающееся рекламой. [2]

В рекламном творчестве первичным является обеспечение заданного воздействия на конкретную аудиторию в области увеличения знаний о производителе, его товарах, услугах, повышения доверия к нему, побуждение потребителей к покупкам или другим необходимым для рекламодателя действиям, внедрение в сознание имиджа, уникального торгового предложения. В создаваемых рекламных мероприятиях должен доминировать коммерческий аспект - получение прибыли всеми участниками рекламного процесса.

Объединение творческих работников в одно подразделение - рекламный отдел позволяет маневрировать торговому предприятию в достижении поставленных целей, дает возможность комплексного обслуживания клиентов с использованием всех необходимых видов рекламы. Это позволяет коммерческой организации вести дела, связанные с предоставлением услуг покупателям, анализировать покупательский спрос, применимо именно к этой организации, формировать необходимый ассортимент, оперативно реагировать на недостатки проводимой работы, контролировать рекламный процесс на всех стадиях товародвижения.

Рекламный отдел на предприятии подчинен административным подразделениям, поэтому эффективность работы отдела стимулируется различными мероприятиями: премиальными выплатами, авансами и др. Как правило, такое сотрудничество бывает весьма плодотворным. Отделом рекламы разрабатывается фирменный имидж, т.е. фирменное лицо организации, бюджет на проведение рекламной компании. [3]

К достижению такой формы организации творческого труда в структуре рекламного отдела относятся:

Возможность осуществления рекламного процесса с использованием всего комплекса средств и методов рекламы и их органической связи в коммерческом предприятии;

Повышение ответственности сотрудников за выполнение всех операций, начиная от получения заказа на рекламу и завершения его исполнением и определением эффекта от ее применения;

Возможность применения прогрессивной системы расчета организации с сотрудниками отдела по конечному результату, что служит условием заинтересованности сотрудников в создании высокопрофессиональной и эффективной рекламы, применяемой к конкретному торговому предприятию.

Главная роль рекламы проявляется в том, что она является средством для закрепления компанией своей доли на рынке и освоения ею новых ниш. Но для достижения этой цели реклама была частью общей маркетинговой стратегии компании.

Реклама носит безличный характер, предоставляя клиентам информацию о товарах или услугах. Но основной задачей рекламы является создание положительного мнения о продукции и самой компании.

Реклама описывает потенциальным и реальным потребителям свойства продукции, способные удовлетворить их нужды и запросы. Важно, что реклама вызывает в сознании человека ассоциации, которые должны повлиять на формирование покупательского спроса. Реклама - это совместная работа не только маркетологов, рекламщиков, но и людей творческих профессий, а также психологов. Поэтому отличительной особенностью современной рекламы является не только стимулирование спроса и сбыта продукции, а и то,

что реклама способна максимально воздействовать на сознание потребителя, и побуждать его к покупке.

Эффективная организация рекламы способствует получению долгожданного результата - увеличению прибыли компании. [4]

Организация рекламы на предприятии предусматривает несколько этапов разработки и реализации:

- ситуационный анализ - это анализ маркетинговой обстановки (целевая аудитория, ее знания о товаре, рынок, конкуренты)
- стратегическое планирование - определение целей и бюджета рекламы.
- разработка рекламной кампании - разработка концепции рекламы (рекламная идея, обоснование выбора средств распространения и др.), определение творческой стратегии, медиастратегии.
- реализация рекламной кампании - создание рекламных материалов для различных носителей, тестирование рекламы до и после публикации
- анализ рекламной кампании - оценка эффективности рекламы
- коррекция рекламной кампании - внесение изменений, направленных на дальнейшее повышение эффективности рекламной отдачи.

Существует три способа организации рекламной деятельности:

1. Компания собственными силами планирует и реализует рекламные проекты с помощью отдела рекламы или маркетинга
2. Компания прибегает к помощи специализированных агентств
3. Компания на время создания рекламной кампании организует рабочую группу из сотрудников различных подразделений.

Разрабатывать и реализовывать рекламные кампании самостоятельно присуще в основном средним и крупным предприятиям, хотя последние для повышения собственного имиджа и репутации на рынке зачастую обращаются к известным консалтинговым или рекламным агентствам.

Таким образом, предприятие само должно решать какой из вышеперечисленных способов осуществления рекламной деятельности ему выбрать, исходя из своих возможностей.

Соответственно, на предприятиях необходимо организовывать активную рекламную кампанию, а именно:

- печатная реклама;
- реклама в социальных сетях;
- реклама в прессе;
- реклама на радио.

Для начала рассмотрим использование печатной рекламы, а именно листовки. Стоит избегать агрессивной рекламы - это может раздражать людей и повысит затраты на рекламу.

Следующим вариантом рекламы является реклама в социальных сетях в Интернете. Размещение рекламы через социальные сети становится очень популярным и эффективным способом рекламы.

Реклама на радио. Многие люди слушают радио, находясь дома, на работе, в автомобиле, что является отличной возможностью донесения необходимой рекламы до потребителя. Размещение рекламы на радио является относительно недорогим видом рекламы и дает возможность ее быстрого изготовления и размещения. Правильное музыкальное сопровождение рекламы способствует созданию атмосферы актуальности и торжественности.

Следующий вид - реклама в прессе. Один из наиболее распространённых видов рекламы. Может иметь различную форму: от небольших объявлений в газетах, но красочных и ярких иллюстраций в специализированном издании. Также нужно отметить

преимущество такого вида рекламы, а именно - небольшая стоимость размещения, печатное издание доступно каждому человеку и в любом месте. Важно правильно подобрать издание, так как у всех из них разная аудитория.

После завершения работы по выбору используемых средств рекламного воздействия, утверждается единая общая стратегия будущей рекламной кампании, разрабатываются конкретные графики проведения рекламных мероприятий, согласовываются и утверждаются соответствующие сметы расходов на эти цели.

Перед тем, как составить бюджет необходимо рассчитать целесообразность и экономическую выгодность размещения рекламы в том или ином средстве распространения рекламы. Данный расчет позволит сэкономить средства.

Бюджет состоит из расходов на приобретение рекламного пространства: эта статья - самая важная в затратах на рекламу из-за необычайно возросших цен на некоторые носители рекламы, относящиеся к отдельным средствам массовой информации. Это место (газетные полосы и страницы журналов, время на радио и телевидении, стена или другие подходящие площади для рекламных плакатов, стенд на отраслевой выставке и т.д.) продается рекламодателям либо самими носителями рекламы, либо рекламными посредниками.

Таким образом, при планировании рекламной кампании необходимо подсчитать стоимость проводимых мероприятий и, если надо, скорректировать их с учетом бюджетных ограничений предприятия. Очень важно также, если кампания начата, внимательно анализировать успешность продвижения продукта и принимать дополнительные меры, чтобы повысить эффективность информационных контактов

Реклама остается одним из эффективных способов продвижения товаров и услуг на рынке, и успех фирмы зависит от того, как организована рекламная деятельность на предприятии.

Мировая практика рыночной деятельности доказывает, что торговая реклама приобретает максимальную эффективность только в комплексе маркетинга. Реклама становится органической частью системы маркетинговых коммуникаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон ДНР [от 12.03.2020 № 108-ПНС](#) «О рекламе»
2. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г. Рекламная деятельность// учебник для студентов высших учебных заведений. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2002. - 364 с.
3. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламной деятельности// Учебное пособие – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 414 с.
4. Скворцова А.Н. Рекламная деятельность в торговле// Учебное пособие. – С, 2018.

ORGANIZATION OF ADVERTISING ACTIVITIES AT ENTERPRISES

Annotation. In this paper, the question of the need to improve the organization of advertising activities at enterprises is considered. The relevance of this topic is due to the fact that advertising remains one of the most effective ways to promote goods and services on the market, and the success of the company depends on how advertising activities are organized at the enterprise.

Keywords: advertising, advertising activity, organization, events.

Shehovtsova A.V.

Scientific adviser: N.A. Barkalova, senior lecturer

Donetsk National University

E-mail: nukasel@yandex.ru

УДК 332.1:331.5

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА

Яковлева Е.В.

Научный руководитель: Закотнюк О.Л., канд. экон.наук, старший преподаватель ГОУ ВПО «ДОННУ»

Аннотация. В данной работе рассматривается состояние и основные показатели регионального рынка труда в Донецкой Народной Республике и близлежащих регионах РФ с целью анализа и прогноза приоритетов развития на ближайшее время.

Ключевые слова: экономика региона, рынок труда, безработица, сферы деятельности, сотрудничество.

Постановка проблемы. Одной из основных составляющих экономики государства и регионов является рынок труда. Эффективность работы этой области предопределяет уровень производительности экономики и приоритеты развития в целом. В связи с чем, исследование качественных и количественных характеристик рынка, является приоритетной задачей сферы экономики в Республике. В анализ рынка труда включены: оценка стоимости труда, формирование условий найма, определение платы за труд в соответствии с уровнем его тяжести, анализ представленных специалистов и их уровень подготовки, гарантийное трудоустройство, карьерный рост, а также показатели занятости и безработицы. Анализ вышеперечисленных данных влияет на социально-экономические показатели уровня жизни населения, так же имеет влияние на экономическую структуру Республики и формирует условия для ее развития. Количественные показатели трудоспособного населения свидетельствуют о тенденциях потенциального развития рынка труда.

Анализ предыдущих исследований и публикаций. Анализ научных работ и исследований по представленному вопросу, в основном приходится на территорию РФ, так как подход именно российских ученых наиболее близок к изучению рынка труда, его влияния на экономику и социально-демографические показатели Республики. Так были рассмотрены работы Т. К. Ростовской, А. А. Шабунова, В. Н. Архангельского, которые более полно в своей работе «Демографическое самочувствие регионов России. Национальный демографический доклад-2020» осветили демографические показатели российских регионов. Теоретическими вопросами различных показателей рынка труда занимались: А. Г. Аганбегян, В. В. Адамчук, Ю. П. Кокин и Р. А. Яковлев. Савченко И. В. определил стратегию развития и приоритет взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, направленных на устранение дисбаланса на рынке труда Донецкой Народной Республики.

Цель работы. Проанализировать состояние и основные показатели рынка труда в Донецкой Народной Республике и близлежащих регионах РФ, и сделать вывод перспективах и приоритетах развития рынка труда на исследуемых территориях.

Основные результаты исследования. Рынок труда как один из сегментов экономики определяет качественное развитие отраслей экономики как региона, так и государства, поэтому анализ и контроль рынка является одной из насущных задач, требующих постоянного мониторинга.

По определению А. И. Рофе: «Рынок труда — это составная часть структуры рыночной экономики, которая функционирует в ней наряду с другими рынками: сырья, материалов, товаров народного потребления, услуг, жилья, ценных бумаг и др» [1].

Но в целостном виде под рынком труда представляют, систему общественных отношений, связанных с наймом и предложением рабочей силы, или с ее куплей, продажей (ценой рабочей силы является зарплата).

По определению Н. А. Волгина: «Рынок труда – совокупность социально-трудовых отношений между покупателями и продавцами по поводу условий найма и использования рабочей силы» [2]. Так, в понятии «рынок труда» отображаются функциональные качественные составляющие трудоспособного населения на основе экономического взаимодействия участников.

Важной составляющей экономики региона является отраслевое вовлечение трудоспособного населения или отраслевой рынок труда. Трудоспособное население Республики в настоящее время находится в условиях адаптации в российском экономическом пространстве. За период спецоперации на территории ДНР и в настоящее время экономика Республики не вышла на довоенные показатели, что прослеживается в проблемах социально-экономического характера, например: необходимость отраслевой реструктуризации, отсутствие специалистов в различных областях, ограниченные возможности экспорта и импорта товаров и услуг в экономику Республики.

Основой работы были взяты показатели рынка труда Донецкой Народной Республики за период трех лет и так же показатели рынка труда Российской Федерации приближенных к нам регионов, то есть Ростовской и Белгородской областей.

Ключевые вопросы работы:

–рассмотреть основные сферы, представленные на рынке труда ДНР за 2020-2022 гг.;

–проанализировать спрос и предложение рабочей силы в разрезе квалификационных группировок за 2021-2022 гг.;

–проанализировать показатели рынка труда Ростовской и Белгородской областей по следующим показателям: количество безработного населения, распределение работников по видам экономической деятельности, возможность улучшения показателей рынка труда ДНР, за счет привлечения и трудоустройства населения регионов РФ.

Ежегодно Государственная служба статистики Донецкой Народной Республики обнародует документ со сформированными показателями рынка труда текущего года. Вследствие чего все представленные ниже данные являются официальными показателями и могут быть использованы в работе.

Представленные данные по распределению работников по видам экономической деятельности за 2020-2022 гг. позволяют сделать заключение о том, что, несмотря на тенденцию к отрицательным процентным изменениям, сфера промышленности была и остается одной из ключевых сфер, которая обеспечивает рабочими местами большую часть населения. Следующий значительный показатель в структуре рынка занятости – это сфера образования. За рассматриваемый период обозначен рост в процентном соотношении на 0,7%. Остальные сферы за период с 2020 года потерпели незначительные изменения и колебания.

По данным Главстата ДНР, на рынке труда в 2020 году предприятия промышленности обеспечивали рабочими местами большую часть занятого в экономике населения – 34,5%. Значительную долю в структуре рынка труда Республики занимают: образование – 17,4% общей численности работников, здравоохранение и предоставление социальной помощи – 15,2%, а также транспорт, складское хозяйство, почтовая и курьерская деятельность – 6,4% (рис.1,2) [3].

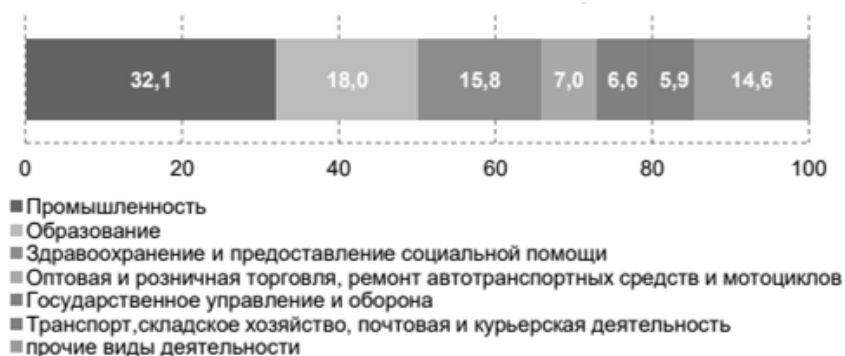


Рис. 1. Распределение работников по видам экономической деятельности в 2021 г, % [4]



Рис.2. Распределение работников по видам экономической деятельности в 2022 г, % [5]

Анализ динамики распределения работников по видам экономической деятельности поможет спрогнозировать дальнейшие изменения в распределении занятых в Республике по отраслям и выявить тенденции. Таким образом, мы можем предположить, что в последующих годах основными отраслями деятельности и занятости остаются: промышленность, образование и здравоохранение. В связи с обострением военного конфликта, незначительно снижается процентное соотношение в сфере промышленности, как одной из основных сфер деятельности, что является следствием тенденции, заложенной в прошлые годы. В свою очередь подвергается такому же воздействию и сфера здравоохранения, но в данной ситуации, в процентное соотношение возрастает в сторону спроса, за счёт увеличения больных и раненых. Спрос в сфере образования на протяжении 2020 г. вырос на 0,7%, далее в 2021-2022 гг. сохранился на прежнем уровне.

При данном распределении работников по видам экономической деятельности и значительном количестве занятых, в перечисленных сферах, предложение на рынке труда опережает спрос.

Следующий фактор образования рынка труда: спрос и предложение рабочей силы в резерве квалификационных группировок. Показатели были взяты за 2021-2022 гг. Основываясь на полученных данных можно сделать вывод о положительной тенденции роста предложения во всех представленных экономических сферах, так же незначительно вырос спрос, что свидетельствует о улучшении демографической ситуации и положительной работе сферы образования, в рамках подготовки квалифицированных кадров. Наибольшие колебания «спрос-предложение» можно выделить в трех представленных группах: квалифицированные рабочие промышленности, строительства, транспорта, специалисты высшего уровня квалификации, специалисты среднего уровня квалификации.



Рис. 3. Спрос и предложение рабочей силы в разрезе квалификационных группировок 2021г.[4]



Рис. 4. Спрос и предложение рабочей силы в разрезе квалификационных группировок 2022г.[5]

Детальное рассмотрение групп, которые были представлены выше, как группы с наибольшим колебанием «спрос-предложение» приводит к следующим выводам. Образовательные учреждения на территории ДНР, которые готовят высококвалифицированных рабочих промышленности, строительства, транспорта, специалистов высшего уровня квалификации, специалистов среднего уровня квалификации, несмотря на индустриальную направленность Донецкого края, не готовы полностью обеспечить молодыми специалистами пробелы в этих сферах. В то же время необходимо отметить, что повышение спроса, сопровождается повышением предложения, вследствие проводимой организационной трудовой политики Республики, что оптимизирует распределение трудовых ресурсов. Остальные представленные группы, в основном находятся в балансе, при этом в ДНР продолжают подготавливать специалистов обозначенных сфер, что свидетельствует, о тенденции развития собственного рынка труда, и перспективе оптимально обеспечить наши территории, а также, помочь близлежащим территориям РФ закрыть свои потребности в этих группах.

На следующем этапе исследования были рассмотрены рынки труда Ростовской и Белгородской областей по следующим показателям: количество безработного населения, распределение работников по видам экономической деятельности (табл.1).

Таблица 1

Численность безработных Белгородской области по данным Белгородстат 2015-2021 г., составлено по [6]

Количественные показатели безработных	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Общая численность безработных возрасте, тыс.чел.	32,8	32,5	32,1	32,6	31,9	40,6	34,7
Численность безработных, зарегистрированных в гос.учреждениях службы занятости,тыс.чел.	7,4	5,6	5,6	5,6	4,9	9,8	4,3
Из них женщины	4,3	3,2	3,2	3,2	3,0	6,0	2,6
Лица, проживающие в сельской местности	2,3	1,8	1,9	1,9	1,5	2,6	1,2
В процентах	100	100	100	100	100	100	100
Из них женщины	58,1	57,8	58,0	57,7	60,5	61,3	59,9
Лица, проживающие в сельской местности	31,1	32,3	34,3	34,0	31,3	26,4	28,1
Отношение численности в безработных, зарегистрированных в органах службы занятости, к общей численности безработных, в процентах	22,6	17,2	17,4	17,2	15,4	24,2	12,4

Статистические показатели безработицы на территории Ростовской области, (количество безработных составляет 85.9 тыс. чел.), на территории Белгородской области (количество составляет 34,7 тыс. чел.), дают возможность предложения и привлечения специалистов Донецкой Народной Республики (табл.2).

Таблица 2

Численность безработных Ростовской области по данным Росстат 2019-2021г., составлено по [7]

Количественные показатели безработных	2019	2020	2021
Численность безработных в возрасте 15 лет и старше	101,2	106,4	85,9
Уровень общей безработицы 15 лет и старше	4,8	5,0	4,0
Численность безработных, зарегистрированных в гос.учреждениях службы занятости	17,3	107,0	17,3
Уровень зарегистрированной безработицы, на конец года	0,8	5,1	0,8

Для конкретизации сфер экономической деятельности в рамках которых, ДНР могли бы сотрудничать с ближайшими областями, необходимо рассмотреть распределение работников по видам экономической деятельности в Белгородской и Ростовской областях (табл. 3,4).

Таблица 3

Данные Ростовской области по распределению работников по видам экономической деятельности, составлено по [8]

Виды экономической деятельности	2019	2020	2021
Всего в экономике	1919.0	1909.4	1984.6
Здравоохранение	115.0	115.3	117.2
Образование	139.3	140.2	141.6
Гос. Управление	85.6	88.5	90.7
Сельское хозяйство	217.3	214.8	216.0
Транспорт и связь	144.4	143.6	151.4
Промышленность	262.4	262.7	273.3
Оптовая торговля	453.1	449.5	471.2

Таблица 4

Данные Белгородской области по распределению работников по видам экономической деятельности, составлено по [9]

Виды экономической деятельности	2019	2020	2021
Всего в экономике	668.3	677.4	678.7
Здравоохранение	41.5	45.0	45.0
Образование	64.7	65.6	64.4
Гос. управление	31.4	34.7	33.7
Сельское хозяйство	135.4	123.1	122.8
Транспорт и связь	45.1	40.7	41.0
Промышленность	111.6	116.3	117.4
Оптовая торговля	80.7	86.8	88.0

Проанализировав показатели за 2019-2021 гг. в Ростовской области при сложившейся тенденции наблюдается потенциальный спрос на специалистов в области сельского хозяйства (на основании отрицательных изменения показателя занятых людей в данной сфере). В свою очередь Донецкая Народная Республика имеет потенциал развития в данной отрасли и готова сотрудничать в этом направлении.

При положительной тенденции развития показателей в отраслях: оптовая торговля, транспорт и связь в Ростовской области, а также в условиях дефицита специалистов в Белгородской области в отрасли: сельское хозяйство, транспорт и связь, здравоохранение и образование, Донецкая Народная Республика имеет возможность урегулировать ситуацию на рынке труда области посредством привлечения необходимых специалистов и их подготовке в данных областях. Так, обозначенные изменения динамики занятости отслеживаются посредством мониторинга статистических показателей, что в дальнейшем позволит регулировать спрос на представителей этих профессий и предложение рынка труда соседних регионов.

Выводы. Основным из движущих факторов развития экономики Донецкой Народной Республики, Ростовской и Белгородской областей в рамках развития рынка труда в данной статье представлен фактор мониторинга динамики количественных показателей отраслевого вовлечения трудовых ресурсов и показателей спроса и предложения для последующего сотрудничества. За счет взаимного обмена трудовыми ресурсами существует возможность значительно снизить уровень безработицы, как на территории ДНР, так и близлежащих областей РФ, а также покрыть спрос государства на трудовые ресурсы в тех или иных сферах экономической деятельности. Кроме того, при регулировании образовательного пространства согласно запросам рынка труда (в т.ч. направлений подготовки и количества бюджетных мест) следует учитывать специфику и общие запросы регионов-соседей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рофе А. И. Экономика и социология труда : учебное пособие / А.И. Рофе. – М. : МИК, 1996. – 128 с.
2. Экономика труда / под ред. Ю.Г. Одегова, Н.А. Волгина. – М.: Экзамен, 2003. – 736 с.
3. В структуре рынка труда Республики лидируют образование и здравоохранение // Донецкая Народная Республика Официальный сайт. URL: <http://archive2018-2020.dnronline.su/2020/05/05/v-strukture-rynka-truda-respubliki-lidiruyut-obrazovanie-i-zdravoohranenie/> (дата обращения: 05.05.2020).
4. Рынок труда Донецкой Народной Республики: итоги за 2021 год // Министерство экономического развития ДНР. [Электронный ресурс]. – URL: https://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=9807&catid=8&Itemid=141 (дата обращения: 02.02.2022).
5. Рынок труда Донецкой Народной Республики: итоги за 2022 год // Министерство экономического развития ДНР. [Электронный ресурс]. – URL: https://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=10818:rynok-truda-donetskoj-narodnoj-respubliki-itogi-2022-goda&catid=8&Itemid=141 (дата обращения: 03.02.2023).
6. Рынок труда и занятость населения // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. [Электронный ресурс]. – URL: <https://belg.gks.ru/employment> (дата обращения: 22.11.2022).
7. Рынок труда и занятость населения // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rostov.gks.ru/folder/29049#> (дата обращения: 22.12.2022).
8. Ростовская область в цифрах 2021: Стат. сб. /Ростовстат. - Ростов-на-Дону, 2022. – 783 с.
9. Белгородская область в цифрах. 2021: Краткий статистический сборник/ Белгородстат, 2022. – 236 с.

PRIORITIES OF DEVELOPMENT AND TRANSFORMATION OF THE REGIONAL LABOR MARKET

Annotation. This paper examines the state and main indicators of the labor market in the Donetsk People's Republic and nearby regions of the Russian Federation in order to analyze and forecast for the near future.

Keywords: labor market, unemployment, spheres of activity, cooperation.

Yakovleva E.V.

Scientific adviser: Zakotnyuk O.L. Ph.D., senior lecturer

Donetsk National University

E-mail: yakovleva.he@gmail.com

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**Вестник студенческого научного общества
ГОУ ВПО «ДОННУ»
2023. – Вып. 15**

**Том 3
Экономика**

Оригинал-макет подготовлен *А.А. Торба*

Подписано в печать 31.03.2023 г.
Формат 60×84/8. Бумага офисная.
Печать – цифровая. Усл.-печ. л. 25,07

Издательство ГОУ ВПО «ДОННУ»
283001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.
Свидетельство о внесении субъекта
издательской деятельности в Государственный реестр
серия ДК № 1854 от 24.06.2004 г.