

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



ФИНАНСЫ И РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**СБОРНИК СТАТЕЙ V МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 30 ЯНВАРЯ 2023 Г. В Г. ПЕНЗА**

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2023**

УДК 001.1
ББК 60
Ф59

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Ф59

ФИНАНСЫ И РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: сборник статей V Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 134 с.

ISBN 978-5-00173-679-0

Настоящий сборник составлен по материалам V Международной научно-практической конференции **«ФИНАНСЫ И РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»**, состоявшейся 30 января 2023 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023
© Коллектив авторов, 2023

ISBN 978-5-00173-679-0

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Агаркова Любовь Васильевна – доктор экономических наук, профессор
Ананченко Игорь Викторович – кандидат технических наук, доцент
Антипов Александр Геннадьевич – доктор филологических наук, профессор
Бабанова Юлия Владимировна – доктор экономических наук, доцент
Багамаев Багам Манапович – доктор ветеринарных наук, профессор
Баженова Ольга Прокопьевна – доктор биологических наук, профессор
Боярский Леонид Александрович – доктор физико-математических наук
Бузни Артемий Николаевич – доктор экономических наук, профессор
Буров Александр Эдуардович – доктор педагогических наук, доцент
Васильев Сергей Иванович – кандидат технических наук, профессор
Власова Анна Владимировна – доктор исторических наук, доцент
Гетманская Елена Валентиновна – доктор педагогических наук, профессор
Грицай Людмила Александровна – кандидат педагогических наук, доцент
Давлетшин Рашит Ахметович – доктор медицинских наук, профессор
Иванова Ирина Викторовна – кандидат психологических наук
Иглин Алексей Владимирович – кандидат юридических наук, доцент
Ильин Сергей Юрьевич – кандидат экономических наук, доцент
Искандарова Гульнара Рифовна – доктор филологических наук, доцент
Казданиян Сусанна Шалвовна – кандидат психологических наук, доцент
Качалова Людмила Павловна – доктор педагогических наук, профессор
Кожалиева Чинара Бакаевна – кандидат психологических наук

Колесников Геннадий Николаевич – доктор технических наук, профессор
Корнев Вячеслав Вячеславович – доктор философских наук, профессор
Кремнева Татьяна Леонидовна – доктор педагогических наук, профессор
Крылова Мария Николаевна – кандидат филологических наук, профессор
Кунц Елена Владимировна – доктор юридических наук, профессор
Курленя Михаил Владимирович – доктор технических наук, профессор
Малкоч Виталий Анатольевич – доктор искусствоведческих наук
Малова Ирина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент
Месеняшина Людмила Александровна – доктор педагогических наук, профессор
Некрасов Станислав Николаевич – доктор философских наук, профессор
Непомнящий Олег Владимирович – кандидат технических наук, доцент
Орбец Владимир Александрович – доктор ветеринарных наук, профессор
Попова Ирина Витальевна – доктор экономических наук, доцент
Пырков Вячеслав Евгеньевич – кандидат педагогических наук, доцент
Рукавишников Виктор Степанович – доктор медицинских наук, профессор
Семенова Лидия Эдуардовна – доктор психологических наук, доцент
Удут Владимир Васильевич – доктор медицинских наук, профессор
Фионова Людмила Римовна – доктор технических наук, профессор
Чистов Владимир Владимирович – кандидат психологических наук, доцент
Швец Ирина Михайловна – доктор педагогических наук, профессор
Юрова Ксения Игоревна – кандидат исторических наук

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ | 7 |
| ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ВОЛЧАНСКИЙ МЕХАНИЧЕСКИЙ ЗАВОД») ЩИТОВА АЛЕКСАНДРА ВЛАДИМИРОВНА, ЧИСТЯКОВА НАТАЛЬЯ СЕРГЕЕВНА | 8 |
| ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «СОБСТВЕННОСТЬ» В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦАПЕНКО МАРИНА СЕРГЕЕВНА | 11 |
| МЕНЕДЖМЕНТ | 14 |
| ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ШЕВЧЕНКО ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСЕЕВИЧ | 15 |
| МАРКЕТИНГ | 20 |
| МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЛОСНОВА ЕВГЕНИЯ ВАЛЕРЬЕВНА | 21 |
| ГРИНВОШИНГ В РФ: БЛАГИЕ НАМЕРЕНИЯ ИЛИ СКРЫТАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ СИЛИНИК ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА | 24 |
| МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ АГАММЕДОВА ФИДАН НОВРУЗОВНА | 27 |
| СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ДЕТСКИЙ МИР» ЮМИНОВА АНАСТАСИЯ ВИКТОРОВНА | 32 |
| ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ | 36 |
| АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ БАНКОВСКОГО РЫНКА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ САЛИМОВА ПОЛИНА СЕРГЕЕВНА, КОВАЛЕВА АННА ПАВЛОВНА | 37 |
| БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕТЕНЕВА АННА АНАТОЛЬЕВНА | 42 |
| АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ МАРКОВА НАТАЛИЯ АНДРЕЕВНА | 47 |

| | |
|---|----|
| НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ | 51 |
| ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «РОСКОССТРАХ» ГАББАСОВА АНИТА ШАМИЛЕВНА..... | 52 |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ КИРИЛЛИНА ТАТЬЯНА АЛЕКСАНДРОВНА..... | 57 |
| МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ | 62 |
| EVOLUTION OF THE ORGANIZATIONAL AND LEGAL BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN THE FIELD OF FISHERIES OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN SALAEV SANATBEK KAMILOVICH, RAJAPOV KHAYRULLA BEKDURDIEVICH | 63 |
| ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГРУППЫ ВСЕМИРНОГО БАНКА ЗУЕВА ВАЛЕРИЯ ВАЛЕРЬЕВНА, ЮНИЦКАЯ ТАТЬЯНА СЕРГЕЕВНА | 68 |
| РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА | 71 |
| СНИЖЕНИЕ АДМИНИСТРАТИВНОГО ДАВЛЕНИЯ НА БИЗНЕС В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО- КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА: БАЛАНС ИНТЕРЕСОВ КРУПЧАК ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА | 72 |
| TRANSFORMATION OF ECONOMIC TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF LOCAL SOCIO-ECONOMIC STRUCTURES RASULOV OTABEK SALIMOVICH | 77 |
| ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА | 80 |
| ФАКТОРИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ БЕЛЕЦКАЯ МАРИНА ОЛЕГОВНА..... | 81 |
| КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ | 85 |
| ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЧЕРЕЗ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ ГОНЧАРОВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА | 86 |
| ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ | 89 |
| ПРОБЛЕМЫ СЕЙСМОСТОЙКОГО СТРОИТЕЛЬСТВА НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ СТЕЛЬМАШЕНКО ДАРЬЯ АЛЕКСЕЕВНА, ЧЕБЫКИН АНДРЕЙ КОНСТАНТИНОВИЧ, РАГОЗИН АЛЕКСАНДР АНДРЕЕВИЧ | 90 |
| О ВАЖНОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АТАСТЫРОВА АЛИНА АНАТОЛЬЕВНА, ГОГОЛЕВ АНДРЕЙ КОНОНОВИЧ, НОСКОВА МАРИЯ АЛЕКСЕЕВНА | 93 |

| | |
|---|-----|
| АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ | 96 |
| ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ МАДАТОВ Ф.И..... | 97 |
| ЭФФЕКТ ГРОНИНГЕНА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ ГАКАЛО АЛЕКСЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ | 100 |
| РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ КАРАМЫШЕВА КРИСТИНА ВАДИМОВНА..... | 103 |
| ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ КУЛИКОВА ВИКТОРИЯ ВИКТОРОВНА, ВОРОНКОВ ТИМУР АНДРЕЕВИЧ, НЕМТИНА КСЕНИЯ ЕВГЕНЬЕВНА..... | 106 |
| ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ СБЕРЕЖЕНИЙ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ ШИПУЛИНА АНАСТАСИЯ ВАЛЕНТИНОВНА | 110 |
| АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ | 113 |
| ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОФСОЮЗОВ НИКАШКИН АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВИЧ..... | 114 |
| РОЛЬ И МЕСТО ТНК В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ НИКАШКИН АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВИЧ..... | 117 |
| УНИЧТОЖЕНИЕ КЛАССОВ И ОТМИРАНИЕ ГОСУДАРСТВА: ПОЗИЦИЯ КЛАССИЧЕСКОГО МАРКСИЗМА И ЛЕНИНИЗМ НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ | 120 |
| СИЛА СОЦИАЛИСТИЧЕСКОГО СТРОЯ И МИРОВЫЕ ВОЙНЫ НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ | 124 |
| АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ | 129 |
| ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ И ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЁЖИ ГЛотова Ульяна Михайловна | 130 |

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 338.3.01

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ВОЛЧАНСКИЙ МЕХАНИЧЕСКИЙ ЗАВОД»)

ЩИТОВА АЛЕКСАНДРА ВЛАДИМИРОВНА,
ЧИСТЯКОВА НАТАЛЬЯ СЕРГЕЕВНА

студенты
ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей и сообщения»

Научный руководитель: Рачек Светлана Витальевна

*д.э.н. профессор
ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей и сообщения»*

Аннотация: В статье анализируются методы оптимизации производственных процессов на промышленном предприятии. Рассматривается сущность понятия «оптимизация», его основные цели и этапы оптимизации производственных процессов. Анализируется такая модель оптимизации как бережливое производство на примере ОАО «Волчанский механический завод».

Ключевые слова: промышленное предприятие, производство, оптимизация, методы оптимизации.

OPTIMIZATION OF PRODUCTION PROCESSES AT AN INDUSTRIAL ENTERPRISE (ON THE EXAMPLE OF JSC "VOLCHANSK MECHANICAL PLANT")

Shitova Alexandra Vladimirovna,
Chistyakova Natalia Sergeevna

Scientific adviser: Rachek Svetlana Vitalievna

Annotation: The article analyzes the methods of optimization of production processes at an industrial enterprise. The essence of the concept of "optimization", its main goals and stages of optimization of production processes are considered. Such an optimization model as lean manufacturing is analyzed on the example of JSC "Volchansky Mechanical Plant".

Key words: industrial enterprise, production, optimization, optimization methods.

Актуальной задачей, стоящей перед современной наукой в сфере производства, является нахождение решений проблемы совершенствования и эффективного функционирования всех производственных процессов, с применением цифровых технологий.

Решение данной проблемы способствует качественно оценивать повышение уровня организации деятельности предприятия применяя научно - технический прогресс. Безусловно, переход промышленного производства к цифровому должен проходить постепенно. Исходя из этого, исследование методов и подходов оптимизации промышленного производства является актуальным.

Термин оптимизация производства трактуется как изменение процессов производства для получение максимально эффективной системы, нахождение наилучших, оптимальных решений различных задач [1].

Процесс оптимизации основывается на таких принципах как:

- Комплексность - подразумевает такие реализации таких целей как сокращение расходов, повышение качества продукции, повышение производительности труда.

- Внедрение инноваций - запуск конкретных новшеств, определение их потенциала для повышения эффективности.

- Постоянный мониторинг результатов - все принятые предложения должны применяться в соответствии с планом, для отслеживания результатов необходимо сформировать группу контроллинга.

- Использование нетрадиционных идей - важно внедрять свои идеи, привлекать персонал к участию создания новых путей решений проблем, предлагать свои идеи.

Оптимизировать - означает делать больше с меньшими затратами: меньше времени, комплектующих, производственных площадей, работников и денежных средств [2].

Оптимизированное производство представляет собой в базовом виде систематическое снижение непроизводительных затрат (перепроизводство продукции, простои, транспортировка, складские запасы, перемещения, избыточность операций в процессе изготовления, брак), а также реализацию на практике концепций непрерывности технологического потока и учета потребительского спроса.

Оптимизация производства определяется пятью факторами: затраты, качество, поставка готовой продукции, безопасность и личное отношение работников.

Оптимизация производственных процессов затрагивает следующие сферы изготовления продукции:

1. Повышение оборота продукции;
2. Снижение операционных расходов;
3. Рациональное распределение запасов предприятия.

При совершении данных процедур, производительность организации возрастает, а финансовые затраты остаются неизменными, либо сокращаются.

В наше время оптимизация процесса производства предлагает компаниям несколько методов анализа. Один из них это - тотальная оптимизация всех процессов, происходящих в организации. Данный метод базируется на привлечении всего коллектива в деле повышения эффективного всего производства.

Следующий метод - бережливое производство. Суть данного метода заключается в качественной оценке характеристик продукции, наиболее важных для потребителя [3]. Основные принципы бережливого производства:

- определить, что формирует ценность продукта с позиции потребителя;
- определить какие действия обязательно нужны производственной цепи;
- перестроить действия так, чтобы они превратились в целостный поток;
- действовать из интереса потребителя;
- стремиться совершенствовать продукцию.

Внедрение бережливого производства в цехах Волчанского механического завода было принято в 2011 году, причём на всех подразделениях одновременно. Данная модель позволяет заводу ежегодно снижать затраты, вовлекать персонал в производство, при помощи участия в кайдзен предложениях, внедрение которых также дают положительный экономический эффект.

В рамках данного проекта введена система 5S, позволяющая сократить потери от брака, сокращает аварии и неисправность работы оборудования, сокращает простои из-за неисправности оборудования, повышает ответственность персонала, повышает дисциплинированность персонала в соблюдении правил и инструкций по охране труда, улучшает организацию труда, повышает эффективность использования рабочих мест, организация производственного процесса,обеспечивающего требуемый уровень качества.

В рамках оптимизации производства продукции при бережливом методе:

- завод не занимается производством продукции сверх нужного, то есть изготавливает столько, сколько нужно потребителю;
- сокращается количество запасов продукции, если они лежат без конкретной цели;
- минимизируются потери производства, а также сокращается количество бракованной продукции;
- оптимизируется работа персонала предприятия.

Данный метод даёт долгосрочный результат, без потери качества производства, расходы понижаются естественным путём, темп производства постепенно возрастает.

Таким образом, оптимизация производства повышает конкурентоспособность предприятия, а также сокращает уровень затрат. Благодаря оптимальному сочетанию внедряемых мер и их соответствию текущим и будущим потребностям компании может быть проведена результативная и экономически эффективная оптимизация производства и, как следствие, всего предприятия.

Список источников

1. Каминка А. И. Основы предпринимательского права - 2012 г.
2. Щетинина И.В., Амелин С.В., Родионова В.Н. Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе формирования «бережливого склада» // Организатор производства. - 2019 г.
3. Вейдер М. Инструменты бережливого производства II. Карманное руководство по практике применения Lean. - М.: Интеллектуальная Литература, 2019 г.

УДК 349

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «СОБСТВЕННОСТЬ» В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ЦАПЕНКО МАРИНА СЕРГЕЕВНАмагистрант юридического факультета
Волгоградский институт управления-филиал РАНХиГС

Аннотация: автором, с точки зрения экономической теории, а также положений науки конституционно-го и гражданского права, определены существенные признаки понятия «собственность», как имущественной основы для осуществления предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, бизнес, собственность, экономическое содержание, правовое содержание.

ECONOMIC CONTENT OF THE CONCEPT «PROPERTY» IN BUSINESS ACTIVITIES

Tsapenko Marina Sergeevna

Abstract: the author, from the point of view of economic theory, as well as the provisions of the science of constitutional and civil law, defines the essential features of the concept of "property" as a property basis for entrepreneurial activity.

Key words: entrepreneurial activity, business, property, economic content, legal content.

Для постсоветской российской государственности наиболее характерным признаком является нацеленность на построение свободной рыночной экономики, основанной на защите конкуренции, уважении права частной собственности и многообразия форм экономической деятельности. В настоящее время права и свободы человека и гражданина как юридическая категория переживают новый этап в своем развитии. С одной стороны, идея прав и свобод человека и гражданина оформилась как универсальная и интернациональная концепция, с другой, наблюдается повышение роли международных стандартов. Действующая Конституция Российской Федерации закрепляет целый ряд норм и принципов рыночной экономики, наиболее важным из которых является провозглашение права использовать своё имущество и способности для осуществления предпринимательской деятельности (статья 34).

Несомненно, что в целях наиболее полного и эффективного, отвечающего интересам всех участников гражданского оборота, применения законодательных предписаний, необходимо абсолютное единообразное понимание базовых категорий в сфере имущественных и связанных с ними неимущественных отношений.

Категория «собственность», представляющая, по сути, главный результат и цель вступления граждан в коммерческий оборот, учреждения юридических лиц, заключения и исполнения обязательств, требует такого комплексного исследования – как основного способа использования имущества в предпринимательской деятельности.

Сложность универсального понимания собственности обусловлена не только комплексным, полисемичным характером данного понятия, но и отсутствием закрепления признаков собственности, как важнейшей категории гражданского права. При этом стоит согласиться с авторами, отмечающими объ-

ективную невозможность дать наиболее полное и точное, соответствующее статике и динамике гражданских правоотношений, определение собственности [1, с. 14] – соответственно, нужно рассмотреть основные подходы к его установлению, выработанные в отечественной цивилистике.

К.И. Скловский, определяя собственности «центральное место» в системе гражданско-правовых явлений (наряду с понятиями «право», «обязательство», «добросовестность», «равенство»); не формулируя понятия собственности, учёный называет три основных её сущностных признака – исключительность, бессрочность и абсолютный характер возникающих правомочий [2, с. 97]. Таким образом, стоит обратиться к наиболее распространённому в цивилистике и экономической теории дихотомичному (т.е., двойственному) пониманию собственности как одновременно финансового и правового явления.

Так, в контексте экономического понимания собственность можно рассматривать как форму присвоения субъектами средств и результатов производства, либо саму социальную форму, в которой осуществляется такое присвоение (марксистский подход). При этом присвоению (т.е. возникновению материального блага у одного лица) в большинстве случаев корреспондирует процесс отчуждения такого блага у противоположного участника отношений – к примеру, в случае купли-продажи определённого товара, где законом устанавливаются взаимные права и обязанности продавца и покупателя по поводу товара и уплачиваемой за него денежной суммы (или иного эквивалента) соответственно.

В связи с этим интересно привести позицию французского социолога П.Ж. Прудона, утверждавшего, что каждая собственность есть кража. Учитывая определённый радикализм данного высказывания, стоит отметить, что, действительно, процесс возникновения права собственности связан с присвоением; кроме того, наличие блага в собственности означает, что иные люди, не имея на то оснований, прямо указанных в законе, не имеют права посягать на данное благо.

Следовательно, присвоение обязательно должно быть основано на требованиях закона, с использованием предусмотренных нормами права возможностей и механизмов (в свою очередь, «незаконное присвоение» прямо указывается в качестве объективной стороны состава правонарушения, например, ст. 160 Уголовного кодекса Российской Федерации [3], устанавливающая ответственность за хищение вверенного нарушителю объекта имущества).

Кроме того, признак «присвоенности» собственником определённого блага позволяет лицу на законных основаниях использовать благо не только в личных целях, но и в экономической деятельности. Существующие на сегодняшний день сложные механизмы экономических отношений не всегда предполагают личное участие собственника в использовании своего имущества (например, игра на бирже, осуществляемая биржевым посредником-брокером), что позволяет говорить об экономическом смысле распоряжения собственностью в двух смыслах:

- самостоятельное управление собственником своим имуществом в хозяйстве, по своему усмотрению, для удовлетворения личных потребностей;

- «условное» распоряжение собственностью через уполномоченных лиц, основной профессиональной функцией которых является управление чужой собственностью в интересах доверителя (брокеры, агенты, банковские организации и т.д.). В данной связи отдельно можно выделить создание и деятельность юридических лиц – где собственник используемого имущества (например, акционер в акционерных обществах) фактически отчуждается от распоряжения имуществом, только опосредованно участвуя в управлении делами организацией.

Таким образом, в экономическом смысле собственность предлагается понимать как процесс присвоения лицом материальных благ (путём передачи от другого лица, создания, реконструкции, переработки и т.д.), которые позволяют лицу-собственнику удовлетворять свои личные потребности за счёт таких благ, лично или опосредованно использовать их в экономической деятельности для получения прибыли.

Стоит согласиться с авторами, которые указывают на особый, «социально-экономический», характер отношений собственности, обязательное участие публично-правовых субъектов в присвоении (которое может быть прямым, либо косвенным – в форме регистрации отдельных сделок, а также общей охраны частной и государственной собственности [4, с. 311]).

Таким образом, собственность в экономическом смысле непосредственно связана с её юридическим пониманием, поскольку для того, чтобы свободно использовать полученные экономические блага и конкретные объекты движимого или недвижимого имущества, задействовать их в гражданском обороте с целью получения прибыли, необходимо точное соблюдение правовых предписаний – прежде всего, в связи с возникновением (или приобретением) такого блага.

Список источников

1. Чердакова, Л. А. Собственность и право собственности: проблема соотношения понятий [Текст] / Л. А. Чердакова // Российская юстиция. – 2016. – № 5. – С. 14–16.
2. Скловский, К. И. Собственность в гражданском праве [Текст] : монография. – М.: Статут, 2008. – 893 с.
3. Российская Федерация. Законы. Уголовный кодекс Российской Федерации [Текст] : федер. закон от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (в ред. от 29 декабря 2022 г.) / Российская Федерация. Законы // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 25. – Ст. 2954.
4. Суханов, Е. А., Асосков, А. В., Ем, В. С. Гражданское право [Текст] : Учебник в четырёх томах. Том 1. Общая часть / Е. А. Суханов, А. В. Асосков, В. С. Ем. – М.: Статут, 2019. – 840 с.

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 659

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

ШЕВЧЕНКО ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСЕЕВИЧ

магистрант

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Научный руководитель: Ситжанова Акжан Мурзагуловна

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: Целью настоящей работы является анализ теоретических положений о коммуникациях в сфере услуг в современных условиях. В статье рассматривается понятие маркетинговых коммуникаций, анализируются основные классификации маркетинговых коммуникаций. Автор приходит к выводу о том, что теоретическая база по вопросу о коммуникациях в сфере услуг претерпевает активную фазу своего развития. Следовательно, разработка теоретических основ исследования коммуникаций в сфере услуг является актуальной областью исследования.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, организационные коммуникации, сфера услуг, классификация, внешние коммуникации, внутренние коммуникации.

THEORETICAL FOUNDATIONS OF RESEARCH OF COMMUNICATIONS IN THE SERVICE SPHERE IN MODERN CONDITIONS

Shevchenko Vladislav Alexievich*Scientific adviser: Sitzhanova Akzhan Murzagulovna*

Abstract: The purpose of this work is to analyse the theoretical provisions on communications in the service sector in modern conditions. The article discusses the concept of marketing communications, analyses the main classifications of marketing communications. The author comes to the conclusion that the theoretical base on the issue of communications in the service sector is undergoing an active phase of its development. Therefore, the development of theoretical foundations for the study of communications in the service sector is an actual area of research.

Key words: marketing communications, organizational communications, services, classification, external communications, internal communications.

Конкуренция предприятий сервиса стремительно набирает обороты. Запросы потребителей различных товаров и услуг неуклонно растут. Эти факторы говорят нам о том, что сегодня недостаточно создать качественный продукт, и тем более просто хороший продукт, или предложить качественную услугу. Необходимо выстроить коммуникацию с потребителями. Для эффективной работы бизнес должен запрашивать обратную связь у своих потребителей. Сегодня бизнесу нужно создать такие условия, при которых интерес потребителей к конкретному продукту или услуге будет расти. Все это возможно

воплотить в жизнь путем разработки и внедрения на предприятии собственной коммуникационной политики.

Коммуникации в сфере услуг стали незаменимой частью проведения маркетинговой политики предприятия индустрии сервиса. Чем качественнее и эффективнее налажены маркетинговые коммуникации с потребителями и партнерами, конкурентами и органами власти, тем больше появляется возможностей для эффективного и пропорционального роста и развития предприятия.

Маркетинговые коммуникации представляют собой связи, образуемые предприятием с внешней средой (целевой аудиторией, поставщиками, партнерами и т.д.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личные продажи, а также неформальные каналы передачи информации, такие как слухи.

Маркетинговые коммуникации предприятия (например, предприятия сервиса) – это любая деятельность компании по формированию убеждений, напоминанию потребителям о товарах, производимых фирмой, а также деятельность, направленная на формирование положительного имиджа организации в глазах общественности [1].

Также существует точка зрения, согласно которой под маркетинговыми коммуникациями понимается совокупность различных видов деятельности, направленной на доведение информации о достоинствах продукта до потребителей, что позволяет стимулировать желание потребителя приобрести конкретный товар или воспользоваться конкретной услугой. Речь идет именно о совокупности действий. Нельзя выстроить успешную коммуникационную политику предприятия применяя только рекламу, или только PR. Все названные нами ранее инструменты должны работать в совокупности, только так удастся достичь желаемого результата и привлечь людей.

Так, анализ наиболее распространенных определений понятий «маркетинговых коммуникаций» показал, что основной задачей маркетинговых коммуникаций является донести до целевой аудитории ценность продукта. Этот фактор позволяет создавать предприятию сервиса основное конкурентное отличие и провести ассоциацию с конкретным брендом. Иными словами, коммуникации в сервисе служат способом донести основную информацию о предлагаемом продукте.

Для эффективной работы коммуникаций предприятию необходимо регулярно проводить маркетинговые исследования и на их основе формировать коммуникационную политику компании [2].

По результатам анализа теории коммуникационной деятельности сервисных предприятий, мы предлагаем свое определение данному понятию.

Коммуникационная деятельность предприятия сервиса – это деятельность организации по сбору, обработке, анализу, распространению по определенным коммуникационным каналам информации, необходимой для эффективного взаимодействия предприятия с внешней и внутренней средой, с целью планомерного, устойчивого развития предприятия сервиса.

Организационные коммуникации – это сложная многоуровневая система, которая характеризует организацию. Существует множество классификаций организационных коммуникаций.

Организационные коммуникации являются по своей сути элементом управления, который, как и прочие элементы, имеет множество типов, форм, способов реализации. Классификация организационных коммуникаций осуществлялась исследователями по различным основаниям.

Так, самой распространенной классификацией является выделенная на основе принадлежности субъектов коммуникации к организации, или в других интерпретациях на основе ориентации (направленности) коммуникаций. Классификация по названному основанию выделяет два типа организационных коммуникаций:

- внешние
- внутренние.

К внешним коммуникациям относятся коммуникации между предприятием и внешней средой. Целью внешних коммуникаций является создание и поддержание имиджа предприятия, а также выстраивание взаимоотношений с потребителями, поставщиками, партнерами и прочими субъектами бизнес-среды.

Внутриорганизационные коммуникации направлены на выстраивание взаимосвязей на различ-

ных уровнях внутри предприятия. В широком смысле этот термин отражает общение, информационные связи, передача сведений от субъекта к субъекту. Общение и процесс передачи информации в рамках внутриорганизационных коммуникаций может осуществляться на различных уровнях и различными способами. Например, в процессе внутриорганизационных коммуникаций могут взаимодействовать как индивидуумы, так и группы лиц. Она может осуществляться как в письменной, так и в устной форме и т.д.

Внутриорганизационные коммуникации подразделяются на типы. Так, среди внутренних коммуникаций организации А. В. Карпов выделяет вертикальные, горизонтальные, формальные и неформальные коммуникации [3, с. 165]. Каждый из названных типов подразделяется на подтипы (Рис. 1) [3, с. 166].

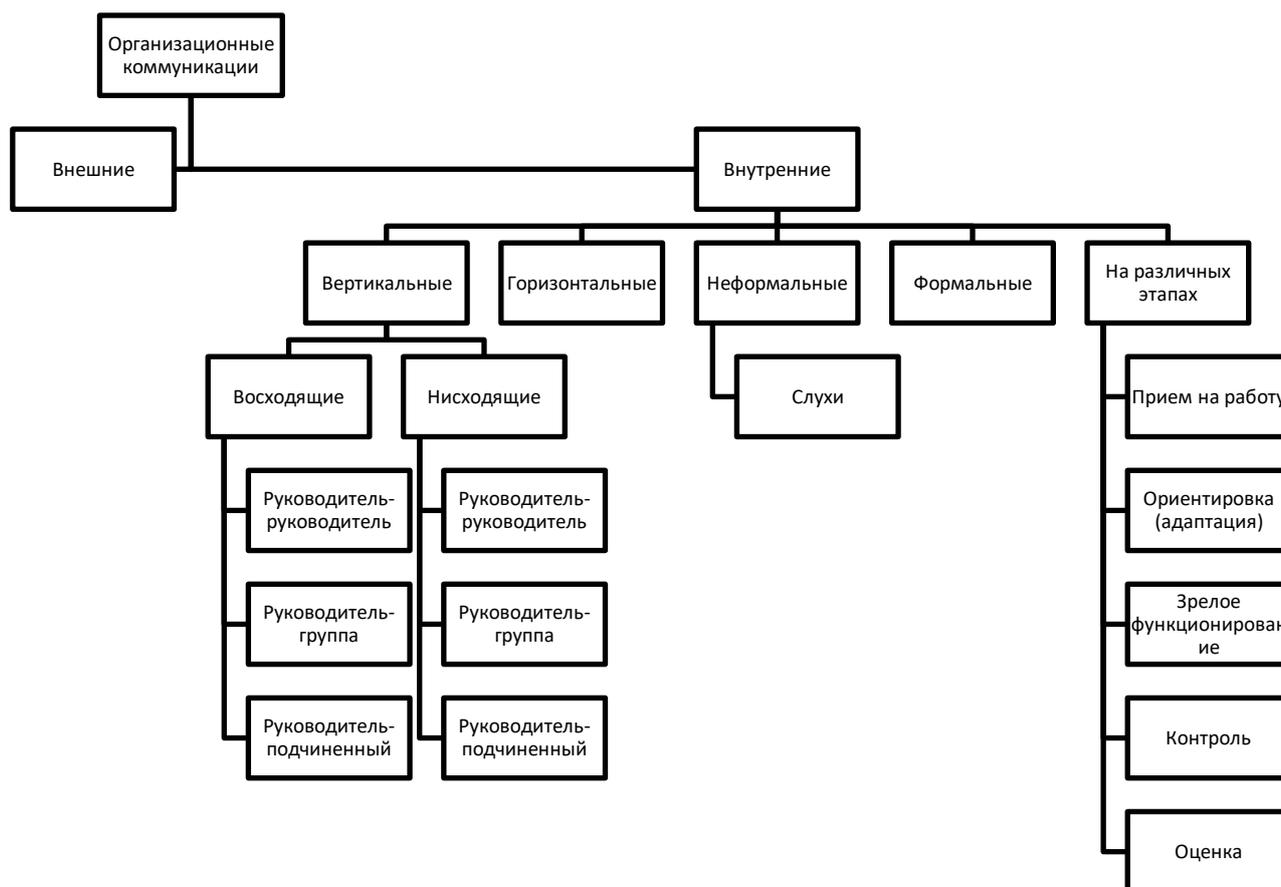


Рис. 1. Классификация организационных коммуникаций А. В. Карпова [1, с. 166]

Также Карпов предлагает рассмотреть еще одну классификацию, которая выделяет типы организационных коммуникаций на основании этапов организационного функционирования, на котором они имеют преобладающее значение [4]. Согласно данной классификации, организационные коммуникации можно разделить на:

- коммуникации при приеме на работу,
- коммуникации при ориентировке в круге служебных обязанностей,
- коммуникации в процессе деятельности;
- коммуникации в процессе оценки деятельности;
- коммуникации в ходе дисциплинарного контроля за ней.

Данная классификация имеет место быть, однако основание ее выделения, на наш взгляд является спорным. Выделенные в этой классификации виды коммуникаций можно отнести к уже рассмотренным типам внутриорганизационных коммуникаций. Выделение названных видов организационных коммуникаций в самостоятельную классификацию является лишь более детализированной версией основной и наиболее распространенной классификации внутриорганизационных коммуникационных связей.

Непрерывное развитие теории и практики организационных коммуникаций говорит о необходимости своевременного дополнения и уточнения существующих на сегодняшний день типологий организационных коммуникаций предприятий.

При обращении к различным классификациям организационных коммуникаций, мы обратили внимание на тот факт, что современные исследователи при составлении классификаций используют понятие «организационные коммуникации» в широком смысле, т.е. включающие весь спектр возможных коммуникаций предприятия.

Исследовав организационные коммуникации современных сервисных предприятий, мы пришли к выводу, что для общения с посетителями, как постоянными, так и потенциальными, поставщиками, партнерами, и другими участниками коммуникационного процесса организации используют два канала коммуникации: онлайн канал и оффлайн канал.

Для развития предприятия необходимо не просто поддерживать коммуникацию с потребителями и прочими участниками коммуникационного процесса, но и делать этот процесс удобным, технологичным и соответствующим духу времени.

Все активные коммуникационные процессы сегодня происходят именно в сети Интернет, посредством общения в социальных сетях, мессенджерах, и прочих онлайн-инструментах. Предприятия сервиса не отстают от этого тренда и давно уже осуществляют процесс коммуникации не только в оффлайн формате, но и онлайн (рис. 2).

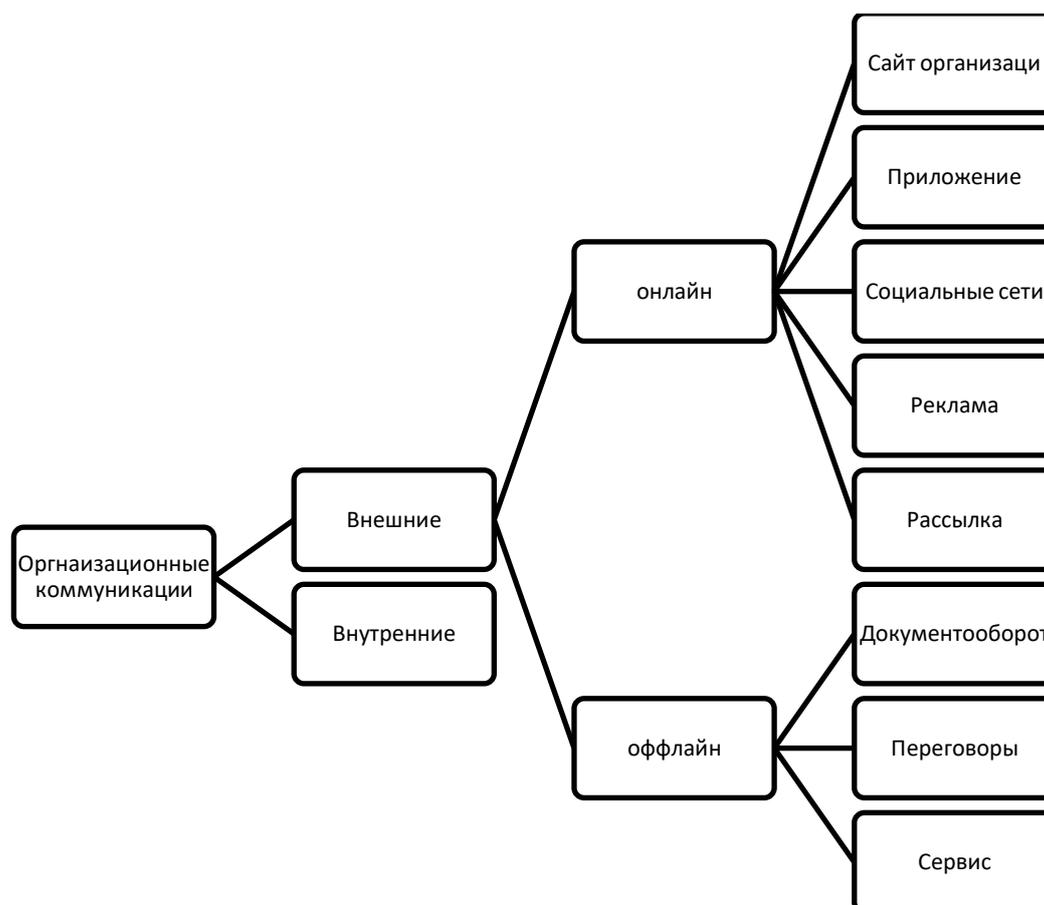


Рис. 2. Классификация организационных коммуникаций (источник – автор исследования)

Разделить коммуникационный процесс на онлайн и оффлайн форматы мы можем пока что только в отношении внешних коммуникаций. Что же касается внутренних коммуникаций, то здесь сложно провести подобное деление.

Внешние организационные коммуникации в оффлайн формате выражаются в виде документооборота (например, работа с поставщиками, банками, страховыми компаниями, инвесторами и т.д.), в

виде переговоров, при этом это могут быть деловые переговоры с поставщиками и проч., а могут быть переговоры с посетителями об организации, например, банкет, а также в виде сервиса, когда посетителям оказываются соответствующие концепции заведения сервисные услуги.

Онлайн коммуникации более разнообразны. Так, предприятие сервиса может создать собственный сайт со всей нужной информацией для посетителей, также современные предприятия зачастую создают приложения, где можно ознакомиться с ассортиментом предлагаемой продукции, или сделать запись на какую-либо услугу и т.д. Онлайн коммуникации осуществляются организациями путем ведения социальных сетей, публикации рекламы в социальных сетях, а также путем рассылки [5, с. 14]. Через перечисленные каналы коммуникации предприятие взаимодействует с постоянными и потенциальными клиентами компании.

Ввиду расширения возможностей интернет-коммуникации, предложенная классификация не будет статичной и в ближайшее время будет дополняться. Сегодня, онлайн-коммуникация – неотъемлемый элемент успеха организации, т.к. это практичный, быстрый и технологичный формат взаимодействия с большой аудиторией, который в быстро позволяет создать имидж организации и привлечь желаемое количество клиентов.

Таким образом, коммуникационная деятельность компании в сфере сервиса - это сложный многосторонний процесс, в котором участвуют различные коммуниканты в лице самой организации, поставщиков, клиентов и т.д. Развитие теоретической базы в данном вопросе связано с непрерывным дополнением понятия «коммуникационная политика» новыми элементами, появлением новых функций, а также способов осуществления коммуникации на предприятиях сервиса.

Стоит особо отметить, что рынок услуг очень быстро видоизменяется. Важным аспектом развития предприятия сервиса, а именно коммуникационной составляющей деятельности предприятия являются информационные технологии. Успешная компания просто не может позволить себе игнорировать этот фактор при выстраивании коммуникаций со своими потребителями, а также с другими коммуникантами.

Кроме того, имеет колоссальное влияние взаимопроникновение различных мировых тенденций, которые преобразуются в тренды. Эти тренды и открывают новые возможности для взаимодействия с потребителями, возможности для их привлечения и удержания. Все названные факторы в совокупности позволяют нам оценить теорию коммуникаций в сфере услуг как область исследования, которая актуальна сейчас и будет актуальна в ближайшем будущем.

Список источников

1. Карпов, И. А., Крячков, А. Ф. Оценка эффективности коммуникационной политики предприятия URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22553592> (дата обращения: 26.01.2023)
2. Мазаник, Д. А. К вопросу об оценке маркетинговой деятельности предприятия // URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43780910> (дата обращения: 26.01.2023)
3. Карпов, А. В. Психология менеджмента: Учебное пособие / А. В. Карпов. – М.: Гардарики, 2005. – 584 с.
4. Орлова, В. А. Коммуникационная политика организации / В. А. Орлова, Д. В. Чайковский // URL: http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals (дата обращения: 26.01.2023)
5. Сергиенко, Е. С. Управление устойчивым развитием: маркетинговый аспект и реализация коммуникативной политики / Е. С. Сергиенко, Н. В. Сапрыкина, Г. В. Плохотникова // Управление устойчивым развитием. - № 1 (26). – 2020. – С. 12-16

МАРКЕТИНГ

УДК 332.14

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ВОЛОСНОВА ЕВГЕНИЯ ВАЛЕРЬЕВНА

студент

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

*Научный руководитель: Гущина Елена Геннадьевна**д.э.н., доцент**ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»*

Аннотация: тема территориального маркетинга на сегодняшний день является актуальной. Маркетинг территорий имеет огромное значение, как для жителей конкретной местности, так и для всей страны в целом. Развитие территории подразумевает улучшение социально-экономических показателей, повышение качества жизни населения и развитие инфраструктуры. Этой области необходимо постоянно уделять внимание и совершенствовать. В данной статье рассмотрено понятие «Маркетинг территорий», раскрыта его сущность. Также проанализированы существующие проблемы и даны рекомендации по их решению.

Ключевые слова: маркетинг территорий, бренд, имидж территорий, проблемы, региональная экономика, развитие территорий, Урюпинск

MARKETING OF TERRITORIES IN MODERN REALITIES: PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Volosnova Evgeniya Valeryevna*Scientific adviser: Gushchina Elena Gennadievna*

Abstract: The topic of territorial marketing is relevant today. Marketing of territories is of great importance both for residents of a particular area and for the whole country as a whole. The development of the territory implies the improvement of socio-economic indicators, improving the quality of life of the population and the development of infrastructure. This area needs constant attention and improvement. In this article, the concept of "Territory Marketing" is considered, its essence is revealed. The existing problems are also analyzed and recommendations for their solution are given.

Key words: marketing of territories, brand, image of territories, problems, regional economy, development of territories, Uryupinsk.

Понятие «Маркетинг территорий» является относительно новым и требует уточнения, поэтому представляется целесообразным предварить исследование основной проблематики терминологической характеристикой. Согласно мнению Чечулина А.В., «Маркетинг территорий - целенаправленная, осуществляемая на регулярной основе, комплексная деятельность по формированию позитивного образа и продвижению интересов городов, стран, природных объектов в качестве привлекательных для посещения, проживания или инвестирования» [1].

Такой же точки зрения придерживается и российский ученый – О.Н. Романенкова, «Маркетинг территорий – это сложное понятие, включающее в себя создание имиджа региона (города, населенного пункта) для привлечения инвестиций, развития имеющихся ресурсов и открытия новых, содействующее укреплению экономики, улучшению социально-экономического развития, а также повышению качества жизни населения» [3].

Главной целью территориального маркетинга является создание, поддержание или изменение отношения, мнений и поведения субъектов, а также привлекательность и репутация территории, условия жизнедеятельности и деловой активности, концентрация природных, трудовых, финансовых и других ресурсов на территории, а также возможность их воспроизводства. Ключевой задачей маркетинга территории считается выявление ресурсов, которые имеются в наличии у территорий-конкурентов, а также поиск способов дифференцирования и позиционирования территории для сохранения в сознании потребителей [4].

Маркетинг территорий имеет огромное значение как для жителей конкретной местности, так и для всей страны в целом. Развитие территории подразумевает улучшение социально-экономических показателей, повышение качества жизни населения и развитие инфраструктуры. Этой области необходимо постоянно уделять внимание и совершенствовать. Учитывая сложную внешнеполитическую обстановку и геополитическую нестабильность, продвижению территорий и их имиджа нужно уделять большее внимание. В нынешних условиях усиленно развивается внутренний туризм. Открывается множество возможностей для создания брендов различных территорий.

На сегодняшний день множество территорий имеют большой потенциал для продвижения собственного имиджа, но мало кто этим занимается. Это является проблемой. Потенциальные инвесторы, бизнесмены, обычные люди, которые хотят переехать, и даже государство не знают всех возможностей тех или иных территорий.

Помимо этого, существует проблема безразличности населения к судьбе той местности, на которой они проживают. Множество людей считают, что территорию должны развивать только органы власти, в проблемах, происходящих на территории, обвиняют также их. Большую роль в улучшении положения той или иной местности может сыграть население, объединяясь в территориальные общественные самоуправления. Таким образом будет проходить более тщательная проработка имеющихся проблем и увеличится потенциал для развития.

Проблемой является и тот факт, что нет четкого понимания того, как нужно действовать, чтобы грамотно развить ту или иную территорию, кто может этим заниматься и каков план действий, когда есть идеи по продвижению имиджа конкретной местности. Зачастую интересные идеи, способные принести реальные плоды в создании бренда, так и остаются идеями.

К сожалению, в виду ряда проблем, в большинстве городов России маркетинг территорий не развит. В каждом городе есть потенциал для развития собственного бренда. При создании имиджа территории могут делать акцент, как на достоинствах, так и на недостатках. В качестве положительного примера можно привести создание бренда в городе Урюпинск Волгоградской области. В 2000-м году жители этой территории участвовали в грантовом конкурсе по развитию туризма «Стратегия развития малых городов России» института «Открытое общество» [5]. Представляя город, акцент делали на том, что город является провинцией, о существовании которой мало кто знает. Благодаря инициативе и желанию местных жителей Урюпинск выиграл конкурс. В городе был поставлен памятник козе-кормилице, выпущены краеведческие сборники, посвященные истории происхождения Урюпинска и казачьего хоперского края, появились буклеты, рекламирующие самобытный урюпинский пуховый промысел, открылся «Музей козы», в продаже появились сувениры из Урюпинска. По итогу то, чего горожане стеснялись и считали недостатком, стало предметом гордости. В Урюпинске в 2010 году был проведен крупный форум, организованный антивирусной лабораторией Евгения Касперского, на котором присутствовало более двухсот блогеров и активных пользователей сети интернет. В 2012 году благотворительным фондом «Обнаженные сердца» был построен игровой комплекс «Фрегат», стоимостью 4,5 млн. рублей. В октябре 2012 года местные власти зарегистрировали товарный знак «Урюпинск – столица российской провинции» и «Урюпинск – столица российской глубинки». В 2013 году совместно с московской компанией «Ситибрендинг» Урюпинск

разработал поэтапную стратегию развития бренда [6].

К сожалению, таких примеров, как Урюпинск, немного, но они есть. Например, Добрянка (Пермский край), Костромушка (республика Карелия). Проанализировав, вышесказанные проблемы можно предложить рекомендации, которые будут способствовать их решению. Во-первых, разработка для государственных и муниципальных служащих программ обучения, методичек, помогающих в развитии территорий. Благодаря такой мере органы власти будут четко понимать механизм развития бренда территорий, возможности, перспективы, а также будут иметь четкое понимание своей роли в этом процессе.

Во-вторых, создание на территориях специальных служб, которые будут заниматься развитием бренда территории. В тесном взаимодействии с органами власти и местными жителями такие службы могут показать хороший результат. Профессионалы, имеющие специальные знания, смогут эффективно разрабатывать способы продвижения конкретных территорий, аккумулируя весь потенциал местности. Например, маркетолог Василий Дубейковский, который при помощи своих знаний и опыта создал бренд Урюпинска.

В-третьих, работа с населением, реклама территориальных общественных объединений. Включение в развитие территорий местных жителей крайне важно. Они могут дать мощный толчок в развитии, предложить идеи, способные помочь в создании бренда.

В-четвертых, организация конкурсов для территорий, поддержка инициатив развития. Такие конкурсы помогают узнавать потенциал участников, дают возможности развиваться и мотивацию к действиям.

В-пятых, организация форумов, практик, в ходе которых будет производиться обмен опытом представителей различных территорий. Крайне важно делиться опытом, это помогает выявлять недостатки своих идей, получать рекомендации по улучшению, также это может способствовать рождению новой идеи. В рамках таких форумов и практик налаживаются связи между территориями, что может привести к коллаборации и тесному сотрудничеству в дальнейшем.

Проанализировав вышесказанное, можно сделать вывод, что на данный момент в России существует ряд проблем в области маркетинга территорий. Были представлены рекомендации, которые могут помочь в их решении. Благодаря инициативе и грамотным действиям создать имидж можно на любой территории. На примере Урюпинска видно, что территория, которая выбивается из общей массы вызывает интерес, как у обычных людей, так и у инвесторов. Молодые «территории-бренды» – это перспективная возможность для бизнеса занять новую нишу. А для города, села, хутора – это толчок к развитию. Государство так же заинтересовано в том, чтобы маркетинг территорий развивался по всей стране. Развитые территории – это залог успешной экономики страны и высокого уровня жизни населения.

Список источников

1. Чечулин А. В. Маркетинговые коммуникации территорий. – 2015.
2. Ергунова О. Т. Маркетинг территории: учебное пособие. – 2017.
3. Михнева К. В. Маркетинг территории //Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2016. – №. 40-1. – С. 112-116.
4. Цель и задачи маркетинга территорий // Справочник URL: https://spravochnik.ru/marketing/marketing_territoriy/cel_i_zadachi_marketinga_territoriy/ (дата обращения: 25.12.2022).
5. Делай как Урюпинск // Дзен URL: <https://dzen.ru/media/fom/delai-kak-uriupinsk-5d1392504e1b7300ae117469> (дата обращения: 25.12.2022).
6. Опыт города Урюпинска по созданию и успешному продвижению // studylib URL: <https://studylib.ru/doc/4015439/opyt-goroda-uryupinska-po-sozdaniyu-i-uspeshnomu-prodvizheniyu> (дата обращения: 25.12.2022).

УДК 339.138

ГРИНВОШИНГ В РФ: БЛАГИЕ НАМЕРЕНИЯ ИЛИ СКРЫТАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ

СИЛИНИК ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА

студент

СПбГЭУ «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: В современном мире по-прежнему продолжает набирать обороты тренд на здоровый образ жизни, а экологически чистая продукция обретает все большую популярность. Однако все чаще потребителям приходится сомневаться в натуральности некоторых продуктов. В данной статье рассматриваются основные проблемы маркетингового мошенничества – гринвошинга, который является относительно новым явлением в российской экономике. Также уделено внимание его особенностям, принципам и методам противостояния.

Ключевые слова: гринвошинг, экологический маркетинг, «зеленые» технологии, экомаркировка, эко-инициативы, маркетинговые уловки.

GREENWASHING IN RUSSIA: GOOD INTENTIONS OR HIDDEN MANIPULATION

Silinik Elizaveta Sergeevna

Abstract: In the modern world, the trend for a healthy lifestyle continues to gain momentum, and environmentally friendly products are gaining more and more popularity. However, increasingly consumers must doubt the naturalness of some products. This article discusses the main problems of marketing fraud – greenwashing, which is a relatively new phenomenon in the Russian economy. Attention is also paid to its features, principles and methods of confrontation.

Key words: greenwashing, environmental marketing, "green" technologies, eco-labeling, eco-initiatives, marketing tricks.

Тематика осознанного потребления с каждым годом набирает особую популярность среди граждан, которые осознали, какой вред окружающей среде они наносят своим потребительским отношением. В связи с этим эко-маркетинг выходит на новый уровень и становится новым маркетинговым трендом на рынке товаров и услуг.

Множество компаний, чтобы показать причастность к «зеленому» тренду и привлечь внимание потенциальных клиентов, прибегают к различным экологическим инициативам: одни занимаются переработкой сырья, которое впоследствии можно использовать повторно; вторые отказываются от пластика и отдают предпочтение эко-упаковкам; третьи производят экологически чистые продукты питания. Но пока одни добросовестные производители вкладывают огромные средства в развитие «зеленых» технологий производства, другие используют маркетинговые уловки: поддельная или несуществующая экомаркировка, сокрытие достоверной информации о составе продукта, использование приставки «био» в своих рекламных кампаниях и т. д.

Гринвошинг или «зеленый камуфляж» - форма экологического маркетинга, суть которой заключается в позиционировании товаров или услуг как экологически чистых и безопасных для природы, но на деле не являются таковыми. Данное маркетинговое мошенничество намерено вводит потребителя в заблуждение касательно продукции и ее этапов производства с целью создания имиджа экологически-ориентированной компании и увеличения прибыли. Впервые понятие «зеленый камуфляж» было вве-

дено в 90-е годы XIX века американским экологом-активистом Джейм Вестервельдом в отношении отелей. Посетителей отелей призывали отказаться от замены полотенец и постельного белья в течение отдыха для заботы об окружающей среде. Впоследствии выяснилось, что данное мероприятие не имело ничего общего со спасением экологии, таким образом хозяева лишь хотели сократить производственные издержки.

В последние годы гармоническое сосуществование человеческого общества и природной среды набирает особую популярность среди населения, это, в первую очередь, связано с изменением климата, которое негативно сказывается не только на условиях жизни, но и на здоровье человека в целом. Так, по данным индекса потребительского доверия, здоровье вышло на первый план причин для беспокойства среди российских потребителей. Более того, исходя из исследования Nielsen, 57% опрошенных россиян считают, что «зеленая повестка» должна стать ключевой стратегией развития для всех компаний, а не только для компаний из добывающей и обрабатывающей промышленности [1].

Гринвошинг в России с каждым годом набирает значительные обороты, наиболее часто данное явление можно встретить в продуктах питания, т. к. тренд на здоровый образ жизни побуждает потребителей с большим энтузиазмом приобретать экологический товар, который позиционируется как натуральный и полезный. Исходя из этого, экомаркировка несет под собой задачу повысить спрос на покупку продукции. Как правило, товары в зеленых упаковках и с приставками «эко» и «био» продаются в несколько раз дороже, чем аналогичные товары без данных характеристик. По данным независимых экспертов, наличие экомаркировки увеличивает стоимость продукта минимум на 30%. Этим шансом как раз пользуются производители, которые, используя маркетинговые приемы, выдают свою продукцию за экологически чистую и безопасную, тем самым, увеличивая свои продажи. Для того чтобы не попасться на уловки мошенников, необходимо различать, где предлагают поистине натуральный товар, а где используют «зеленый камуфляж».

Как показывают исследования, выявить экологический обман достаточно непросто. Американская компания TerraChoice регулярно выпускает доклад, посвященный гринвошингу. Так, компанией были сформулированы 7 «грехов» гринвошинга. В данной работе рассмотрим часто встречающиеся «грехи» более подробно:

- Грех использования поддельных маркировок. В данном случае продавец ставит на свою продукцию маркировку, подтверждающую экологичность товара, хотя на деле данная экомаркировка не обладает государственной сертификацией. Например, на упаковках российского молочного производителя «Слобода» размещен зеленый листочек с надписью «Живая еда», данная маркировка является ложной, т. к. в России существует всего один официальный экологический сертификат, признанный международным сообществом - «Зеленый листок» [2].

- Грех отсутствия доказательств. Позиционирование товара как экологически чистого осуществляется на основании ложных утверждений, которые сложно доказуемы, либо вовсе не могут быть подтверждены. Например, российский бренд молочной продукции «ЭкоНива» своим названием, зеленой упаковкой и лозунгом «полностью натуральный продукт» убеждает потребителя в 100% качестве продукта, но при этом не имеет нормативных документов об экологичности.

- Грех меньшего из двух зол. Производитель обращает внимание на ту характеристику товара, которая подчеркивает его экологичность, однако сохраняет негативное воздействие. Примером могут послужить большинство российских ресурсодобывающих компаний, которые в своих годовых отчетах акцентируют внимание на снижениях добычи нефти и выбросов парниковых газов, однако продолжают наносить колоссальный ущерб экологии [3].

Необходимо подчеркнуть, что в России популярна практика ложной сертификации. Так, «Росэкопродукт» и «Международный экологический фонд» — это организации, которые предоставляют услуги экологической сертификации. Данные организации занимаются гринвошингом, т. к. они не имеют государственной аккредитации [4].

В настоящее время гринвошинг встречается довольно часто, для борьбы с ним законодательные органы РФ принимают различные законы и ГОСТы в данной сфере. Так, в 2019 году был опубликован приказ Минсельхоза России N 634 "Об утверждении формы и порядка использования графиче-

ского изображения (знака) органической продукции единого образца". К тому же Роскачество предложило ограничить вольное использование таких маркировок, как «эко», «био» и «фермерские». До сих пор они никак не регулировались законом, вследствие чего производители пользовались данным положением и вводили покупателя в заблуждение относительно натуральности продукта. Если данное предложение вступит в силу, то производителям придется подтверждать натуральность и экологичность своих товаров [5].

Из рассматриваемого становится очевидным то, что гринвошинг имеет негативное воздействие не только на потребителей, но и подрывает авторитет эко-рынка. Обманутые и разочаровавшиеся в «зеленых» брендах покупатели бойкотируют любую продукцию, связанную с экологичностью, это, в свою очередь, наносит значительный ущерб репутации компаний и способствует послаблению конкурентных преимуществ действительно натуральных продуктов, влияя, в конечном счете, на прибыль компании [6]. В связи с этим на законодательном уровне необходимо усилить процедуру по выпуску продукции, которая интерпретируется как экологическая и натуральная. Также следует ужесточить штрафы за использование поддельных маркировок и ложных формулировок «био» и «эко», если они не подкреплены нормативными доказательствами. Для формирования у потребителей правильного представления об экологической продукции необходимо освещать тему гринвошинга на телевизионном уровне, чтобы покупатели могли самостоятельно отличать поистине натуральный продукт от фальшивого.

Список источников

1. Как «зеленая повестка» и принципы устойчивого развития влияют на бизнес // РБК Тренды. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/cmrm/619e2d1a9a79471c20ec1f92> (дата обращения: 25.01.2023).
2. Экомаркировка «Листок жизни» // Экологический союз. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ecounion.ru/sertifikacziya/listok-zhizni/> (дата обращения: 25.01.2023).
3. Гринвошинг // Executive.ru. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.executive.ru/wiki/index.php?title=Гринвошинг> (дата обращения: 25.01.2023).
4. Гринвошинг в России: какие есть примеры и как с ним борются // Экологический союз. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ecounion.ru/press/grinvoshing-v-rossii-kakie-est-primery-i-kak-s-nim-boryutsya/> (дата обращения: 25.01.2023).
5. Сбросить марки: Роскачество определилось с регулированием экопродукции // Известия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://iz.ru/916850/evgeniia-pertceva/sbrosit-marki-roskachestvo-opredelilos-s-regulirovaniem-ekoproductcii> (дата обращения: 25.01.2023).
6. Куц Ю.А. Эко-маркетинг: гринвошинг как негативный фактор развития современной экономики или растущая опухоль современного рынка // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2017. – №2. – С. 35–37.

УДК 33

МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

АГАММЕДОВА ФИДАН НОВРУЗОВНА

студент

4 курс, факультет «Экономический»

Российский университет дружбы народов (РУДН)

Россия, г. Москва

Аннотация: Статья посвящается маркетингу в сфере банковских услуг, маркетинговый подход в этой индустрии, а также наиболее эффективные маркетинговые стратегии в сфере банковских услуг.

Ключевые слова: Наиболее эффективные маркетинговые стратегии, маркетинг в сфере банковских услуг, маркетинговый подход в банковской индустрии, работа с клиентами в банках.

MARKETING IN THE FIELD OF BANKING SERVICES

Annotation: The article is devoted to marketing in the field of banking services, the marketing approach in this industry, as well as the most effective marketing strategies in the field of banking services.

Key words: The most effective marketing strategies, marketing in the field of banking services, marketing approach in the banking industry, work with clients in banks.

Банковский маркетинг известен своей природой создания уникального имиджа бренда, который рассматривается как капитал репутации банков. Для банка очень важно развивать хорошие отношения с клиентами, сопровождаемые инновационными идеями, которые можно использовать в качестве мер для удовлетворения их требований.

Клиенты ожидают качественных услуг и возвратов. Есть хорошие шансы, что фактор качества будет определяющим фактором успеха банковских корпораций. Поэтому банки должны признать необходимость активного банковского маркетинга и управления взаимоотношениями с клиентами, а также предпринимать систематические шаги в этом направлении.

Банковский сектор в любой экономике, как правило является неотъемлемой частью экономики. Поэтому этот сектор всегда имеет особое значение и играет ключевую роль в благополучии экономики. Говоря о маркетинговых стратегиях, те банки, которые занимают доминирующее положение на рынке и зарекомендовали себя как лидеры, имеют стратегии для лидера рынка. Эти банки имеют наибольшую долю рынка и находятся на вершине. Банки, считающиеся лидерами в отрасли, занимают позиции практически во всех видах операций, например общие депозиты, кредиты, проценты, рекламные мероприятия, количество филиалов и т.д. Банк-лидер является ориентиром для конкурентов, вольно или невольно они должны принять доминирование лидера и ориентироваться на него. Банковские организации, занимающие второй, третий и более низкие ранги, называются контрабандистскими организациями или отраслевыми [1]. Они могут атаковать лидера отрасли и другие банки-конкуренты, и в агрессивную сделать ставку на рынок, требуя как можно больше от рынка. А рыночный претендент должен сначала определить свою стратегическую задачу.

Термин маркетинговая стратегия концентрируется на запланированные решения по маркетингу товаров или услуг.

Стратегия может быть определена, по крайней мере, из двух разных ракурсов, первый - что организация намерена делать, и вторая - что организация в конечном итоге делает. Что касается маркетинговой стратегии, правильно отметить, что маркетинговые стратегии сильно зависят от того, является ли компания лидером рынка, претендент, последователь или нишер.

Маркетинговая стратегия – это общий план достижения маркетинговых целей. Хорошо сформу-

лированная маркетинговая стратегия позволит сосредоточиться на маркетинговой деятельности для достижения цели организации. Она должна основываться на исследованиях рынка и фокусироваться на правильном ассортименте продукции, для достижения максимального потенциала прибыли и поддержания бизнеса.

Маркетинговая стратегия представляет собой дорожную карту того, как фирма распределяет свои ресурсы и относится к окружающей среде, и как достигает корпоративные цели [1].

Маркетинговый подход в банковской индустрии

Банковская индустрия предоставляет своим клиентам различные виды банковских и сопутствующих услуг. Клиентами банка в основном являются лица и предприятия, имеющие излишки или нехватку денежных средств и нуждающиеся в различных видах финансовых услуг для открытия бизнеса и тд. Это клиенты из разных слоев экономики, они принадлежат к разным географическим регионам, областям и относятся к разным профессиям и видам бизнеса. Вполне естественно, что требование каждой отдельной группы потребителей отличается от требований других групп. Таким образом, важно выделить отдельные сегменты, а затем с максимальной точностью определить их требования, разработать схемы, отвечающие их конкретным требованиям, и наиболее эффективно реализовать их.

По сути, банки занимаются транзакциями продуктов и услуг через свои розничные точки, известные как филиалы, для различных клиентов на низовом уровне. Банковский маркетинг — это структура проектирования, планировка и предоставление необходимых клиентам услуг, разработанные путем проверки корпоративных целей банка и ограничений окружающей среды [2].

Стоит обратить внимание на 7 основных тенденций банковского маркетинга, на которые стоит обратить внимание в 2023 году:

1. Ветви снова в моде.
2. Цифровые технологии никуда не денутся.
3. Данные: используйте их так, как считаете нужным.
4. Сила персонализации.
5. Замужем за взаимодействием с клиентами.
6. Контент — это по-прежнему король.
7. Покупка или создание.

1. Ветви снова в моде
В то время как количество посещений отделений с личным присутствием в целом неуклонно снижается, несколько ведущих организаций пытаются вернуть отделениям прежний расцвет, задействовав в них расширенные цифровые услуги — от интерактивных киосков до модулей цифрового финансового образования и многого другого. Филиалы являются отличными маркетинговыми инструментами для банков, поскольку они предоставляют большие возможности для привлечения клиентов и обеспечивают персонализированное финансовое обучение. Ожидайте дальнейших инвестиций в обучение сотрудников и модернизацию филиалов, поскольку ведущие организации продолжают развертывать цифровые финансовые инструменты.

2. Цифровые технологии никуда не денутся

В то время как даже работа в отделении становится все более цифровой, чтобы продолжать привлекать клиентов, финансовые маркетологи корректируют маркетинговые стратегии банка, чтобы исследовать и уделять больше внимания взаимодействию с клиентами через больше цифровых каналов. Фактически, Forrester сообщил, что расходы на цифровой маркетинг в США, по прогнозам, достигнут 120 миллиардов долларов в 2021 году.

3. Данные: используйте их так, как считаете нужным

У финансовых маркетологов всегда под рукой есть данные о клиентах — от истории покупок до демографических данных и многого другого — но маркетологи, использующие эти данные, руководят растущими финансовыми учреждениями для создания значимых сегментов и целевых кампаний, чтобы лучше обслуживать своих клиентов и увеличивать доход. Другими словами, вам не нужно становиться экспертом в области машинного обучения или искусственного интеллекта (ИИ), чтобы использовать данные для подпитки маркетинговых кампаний вашего банка.

4. Сила персонализации

Данные и персонализация: они идут рука об руку, как арахисовое масло и желе. Но на самом деле, когда у вас под рукой есть нужные данные, персонализация становится простой и прибыльной. На самом деле персонализированные предложения по финансовому обучению в одном банке позволили им увеличить продажи продуктов на 2 миллиона долларов.

5. Замужем за взаимодействием с клиентами

Сколько раз в день маркетологи говорят о привлечении клиентов? Ну, есть причина для бесконечного акцента. Мы знаем, что активно вовлеченные клиенты — это очень лояльные клиенты, а лояльность клиентов = увеличение доходов с течением времени. В конце концов, существующие клиенты тратят на 67% больше, чем новые клиенты.

6. Контент по-прежнему король

Финансовые маркетологи могут по-прежнему ожидать, что контент — это ключевой способ удержать ваших клиентов и укрепить чувство доверия и лояльности к бренду.

7. Покупка или создание

Финансовые учреждения все чаще сотрудничают с финтех-компаниями для решения самых сложных бизнес-задач. Без тех же устаревших ограничений финансовых учреждений, финтехи могут помочь банковским учреждениям оставаться актуальными и конкурентоспособными на все более переполненном рынке и с жесткой конкуренцией за клиентов [3].

5 наиболее эффективных маркетинговых стратегий для финансовых услуг:

1. Работа с клиентами
2. Самообслуживание и цифровизация
3. Социальные сети
4. Автоматизация и большие данные
5. Цифровое повествование

Эти 5 маркетинговых стратегий для финансовых услуг являются хорошей отправной точкой для многих маркетинговых стратегий для банков и финансовых учреждений.

1. Работа с клиентами

Работа с клиентами — одна из старейших и самых простых маркетинговых стратегий, которую могут использовать банки и финансовые учреждения. Тем не менее, он также является одним из самых эффективных. Работа с клиентами — это просто концепция обращения к клиентам для удовлетворения существующих потребностей, связанных с образованием, осведомленностью и помощью. Это масштабируется до небольшой организации в виде бесплатных консультаций и вебинаров и до более крупной в форме финансового образования, такого как финансовое образование в школах.

Почему это работает? Работа с клиентами может показаться в значительной степени благотворительным использованием бюджета, но она работает на повышение осведомленности, лояльности клиентов и интереса к продуктам и услугам. Тщательно сформулированная стратегия финансового маркетинга учитывает услуги и функции, которые вы пытаетесь продать, а также другие маркетинговые компании. Например, если вы знаете, что учащиеся возвращаются в школу, вы можете сосредоточить внимание клиентов на программах, обучающих студентов колледжей самостоятельно распоряжаться деньгами, на откладывании денег на обучение в колледже или составлении бюджета на покупку автомобиля. Если вы знаете, что в вашем географическом районе проживает большой процент пожилых людей, вы можете создать бесплатные программы финансового образования, обучающие пожилых людей пользоваться цифровым банкингом и безопасностью в Интернете. Эти программы, в свою очередь, будут способствовать продвижению сберегательных счетов, цифровых решений и даже вашего банка за счет повышения осведомленности и повышения доверия потребителей.

2. Самообслуживание и цифровизация

В то время как бэби-бумеры и предыдущие поколения в основном предпочитали получать товары через торговых представителей, которые могли дать им совет и настроить для них персонализированные учетные записи, миллениалы и поколение Z часто хотят делать все сами с минимальным контактом с людьми. Создание и продвижение цифровых финансовых продуктов и порталов обслужива-

ния клиентов или опыта, которые позволяют клиентам подписываться на услуги онлайн, менять продукты и услуги, просматривать свою информацию, не заходя в отделение, является эффективной и все более необходимой тенденцией для финансовых организаций. Однако это не та маркетинговая стратегия, которая применима к каждой организации, поскольку вы не можете продавать только услуги.

3. Социальные сети

81% населения США зарегистрированы в социальных сетях, и многие из них используют социальные сети до 4-5 часов в день. Ваше разумное и последовательное использование одной или нескольких платформ социальных сетей является ценной стратегией финансового маркетинга, которую вы не можете позволить себе игнорировать. Миллениалы, поколение Z и даже бэби-бумеры используют платформы социальных сетей, чтобы общаться с брендами, учиться у сверстников и следить за текущими событиями и новостями. Постоянное присутствие на одном или нескольких сайтах со стратегией предоставления ценности подписчикам поможет вам укрепить доверие к бренду, создать маркетинговые возможности и расширить клиентскую базу.

Многие финансовые и банковские организации используют социальные сети для связи с потребителями с целью укрепления доверия. Например, показывая, что реальные люди работают в банках и в сфере финансовых услуг, демонстрируя клиентов и истории успеха, а также обеспечивая обслуживание клиентов. Например, финансовые организации обычно могут сократить расходы на обслуживание клиентов более чем на 70%, переключившись с телефона на социальные сети. Хорошая стратегия маркетинга в социальных сетях требует разумного использования повествования, контента и творческого юмора, а также последовательности и готовности предложить ценность для клиента, а не для банка. Тем не менее, это стоит усилий с точки зрения построения доверия, осведомленности и отношений с потребителями в их пространстве.

4. Автоматизация и большие данные

У большинства финансовых организаций больше данных, чем они ожидают. Сегодня платформы взаимодействия с клиентами и инструменты автоматизации упрощают использование и применение данных в рамках вашей маркетинговой стратегии для финансовых услуг. Например, большие данные могут сказать вам, кто копит на крупную покупку и, скорее всего, нуждается в предварительном одобрении кредита, большие данные могут помочь вам определить и предложить услуги до или после того, как они потребуются, они могут помочь вам нацелить конкретных клиентов для дополнительного обслуживания клиентов или цифрового финансового образования, и может помочь вам сократить необходимое обслуживание клиентов.

Например, JP Morgan (американский транснациональный финансовый конгломерат, один из крупнейших банков мира, с центром управления в Нью-Йорке) использует ботов для ответа на внутренние запросы на доступ к ИТ, что сокращает потребность в 40 штатных сотрудниках и ускоряет процесс. Другие банки используют автоматизацию для адаптации услуг, предложения более конкретных или персонализированных решений, а также для создания пользовательских данных и информационных панелей для клиентов способами, которые без автоматизации были бы непомерно дорогими.

5. Цифровое повествование

Рассказывание историй по-прежнему остается одним из самых эффективных маркетинговых средств, будь то в социальных сетях, видео, реклама или кросс-канальных платформах, распространяющихся на реальный мир. Здесь ваша маркетинговая стратегия должна включать в себя рассказ истории, которая вызывает интерес и вызывает эмоции, чтобы заинтересовать, взволновать и тронуть зрителя. Здесь ваша цель — создать интересный и общедоступный контент, который может обучать, развлекать или каким-то образом помогать читателю — и, надеюсь, управлять всеми тремя одновременно. Например, отмеченная наградами маркетинговая кампания Allstate по цифровому повествованию «Worth Telling» фокусируется на рассказе историй 3–8 клиентов, которые меняют мир к лучшему. Allstate не только продвигает то, что делают их клиенты, укрепляя доверие, делаясь реальными людьми и историями, но также снижает интерес по всем маркетинговым каналам, строит отношения с клиентами и создает человеческий фактор при продвижении продуктов и услуг, обсуждаемых в видеороликах.

Независимо от того, чем занимается ваша финансовая организация, цифровые медиа открывают

широкий спектр творческих маркетинговых идей, тактик и стратегий, которые вы можете использовать. Однако не стоит заикливаться на чем-то одном или пытаться включить все. Вместо этого создайте единую более широкую стратегию финансового маркетинга, чтобы каждый элемент дополнял остальные и дополнял их, повышая ценность вашей организации [4].

Список источников

1. Общая маркетинговая стратегия в банковском секторе. [Электронный ресурс]. URL:<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1038864.pdf> (дата обращения 02.01.2023)
2. Маркетинговый подход в банковской сфере. [Электронный ресурс]. URL:https://www.tutorialspoint.com/bank_management/bank_management_marketing.htm (дата обращения 02.01.2023)
3. 7 основных тенденций банковского маркетинга. [Электронный ресурс]. URL:<https://everfi.com/blog/financial-education/bank-marketing-trends/> (дата обращения 04.01.2023)
4. 5 маркетинговых стратегий для финансовых услуг. [Электронный ресурс]. URL:<https://everfi.com/blog/financial-education/5-effective-financial-services-marketing-strategies/> (дата обращения 04.01.2023)

УДК 33

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ПАО «ДЕТСКИЙ МИР»

ЮМИНОВА АНАСТАСИЯ ВИКТОРОВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

Научный руководитель: Курманова Лилия Рашидовна

профессор, доктор экономических наук

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

Аннотация: Актуальность данного исследования заключается в изучении стратегии развития, на фоне ограничений, на примере компании ПАО Детский мир. Пандемия COVID-19 и сопровождающие её трансформации экономической жизни (гиперцифровизация, революция в торговле с победой онлайн) предъявили новые требования к разработке и реализации стратегий хозяйствующих субъектов. И только бизнес-мир стал осознавать и оценивать усилия компаний к трансформации бизнеса, как 2022 год принёс новые вызовы, ещё больше усложнившие работу по формированию и реализации стратегий.

Ключевые слова: розничная торговля, пандемия, стратегия развития, непродовольственный сектор, темные магазины, стратегический приоритет.

THE COMPANY'S DEVELOPMENT STRATEGY IN THE MARKET UNDER RESTRICTIONS ON THE EXAMPLE OF PJSC DETSKY MIR

Anastasia Viktorovna Yuminova*Scientific adviser: Lilia Rashidovna Kurmanova*

Abstract: The relevance of this study is to study the development strategy, against the background of restrictions, on the example of the company PAO Detsky Mir. The COVID-19 pandemic and its accompanying transformations of economic life (hyperciperization, revolution in trade with the victory of online) have presented new requirements for the development and implementation of strategies of economic entities. And only the business world began to realize and evaluate the efforts of companies to transform their business, as 2022 brought new challenges that further complicated the work on the formation and implementation of strategies.

Key words: retail, pandemic, development strategy, non-food sector, dark shops, strategic priority.

Начавшийся 24 февраля российско-украинский конфликт потряс мировые рынки и вызвал беспрецедентную реакцию стран мира в виде экономических санкций и других ограничительных мер в отношении России. Таким образом, западные страны и их союзники не скрывают в своих заявлениях, что хотят ослабить позиции России и по возможности отделить страну от мировой финансовой системы и политически изолировать президента РФ. Но, как уже показало время, для России можно было предсказать множество шагов, и страна была готова ответить на многие санкции, например, не допуская обесценивания рубля. Страна смогла разработать суверенную интернет-технология, а также соб-

ственную платежную систему "Мир", но в то же время начала проводить политику импортозамещения и в целом была готова к мировому политическому и экономическому давлению со стороны США и стран ЕС. Но, несмотря на это, не все прошло так гладко, и многие предприниматели почувствовали огромное давление, едва оправившись от ограничительных мер, связанных с пандемией COVID-19.

Несмотря на то, что западные санкции наносят ущерб экономике страны, они открывают большие возможности для местного бизнеса. Это хорошее время, чтобы освоить вакансии, оставленные иностранными компаниями.

А стратегия развития рынка подпадает под категорию стратегии роста бизнеса, а это означает вывод на новый рынок новых существующих и актуальных продуктов. Сегодня сложно представить себе конкурентоспособное предприятие без стратегии развития. Стратегия – Один из важнейших аспектов развития компании в условиях рыночной экономики. Это помогает компаниям выявлять новые возможности в периоды роста и продавать свои существующие продукты на новом, неизведанном рынке [4].

«Детский мир» является лидером рынка детских товаров, стратегической сферой нашей страны. Компания известна как системообразующая организация, деятельность которой оказывает значительное влияние на экономику России.

По данным государственной статистики, розничные продажи непродовольственных товаров в апреле снизились на 65% по сравнению с мартом того же года и составили 907 млрд рублей [1].

Компании начали активно осваивать электронную коммерцию, приспосабливаясь к новой жизни. В декабре 2022 года количество новых интернет-магазинов увеличилось почти во 2 раза по сравнению с мартом 2020 года.

Розничная торговая сеть «Детский мир» является абсолютным лидером по объему охвата РФ среди розничных торговых сетей. В ассортимент торговой сети «Детский мир» входят такие товарные категории, как «игры и игрушки», «мебель», «товары для творчества», «товары для мам», «книги», «гигиена и уход», «спорт и отдых», «одежда и обувь». Кроме того, в ассортименте есть технически сложные игрушки.

ПАО «Детский мир» - Холдинговая управляющая компания, владеющая торговой маркой «Детский мир» и управляющая всеми магазинами сети, реализующая единую политику в области закупок, маркетинга, информационных технологий, логистики, поддержки и развития сети. Компания работает на российском рынке детских товаров через сеть специализированных магазинов, а также онлайн-канал и конкурирует с другими специализированными розничными сетями.

В период ограничительных мер некоторые магазины Детского мира работали, так как продавали товары первой необходимости (защитные маски, антисептические средства, детское питание, средства личной гигиены для детей). Благодаря этому было сохранено много рабочих мест.

Снижение потребительского спроса привело к снижению оборота и прибыли непродовольственных торговых фирм. Потребители стали отказываться от покупок, которых не было в списке необходимых. Во 2 квартале 2020 года индекс потребительского доверия россиян снизился на 1% по сравнению с 19 кварталом.

Ограничения коронавируса оживили онлайн-бизнес. Даже компании, которые не задумывались о развитии электронной коммерции, начали разрабатывать мобильные приложения и улучшать свои интернет-сайты.

Однако онлайн-продажи не смогли полностью заполнить офлайн-покупки. Таким образом, до 80% магазинов Детского мира были закрыты во время карантинных мероприятий, а остальные магазины были перемещены в более темные места. Darkstory (от англ. "dark store" - "Dark store") - это Магазины, которые представляют собой закрытую торговую зону для клиентов, используемую в качестве склада товаров. Такой магазин собирает онлайн-заказы как для клиентов B2B, так и для клиентов B2C, а затем передает заказ транспортной компании или покупателю на самовывоз [4].

Детский мир Darkstors разделен на 3 зоны: для платных заказчиков, для неоплачиваемых клиентов и для клиентов B2B. клиенты, пришедшие забрать товар самостоятельно, зарегистрировались в электронной очереди и припарковались в ожидании обслуживания. Бесконтактная оплата и выдача товаров происходили в зоне приема.

На пике кризиса доля онлайн в обороте Детский мир достиг 65%, тогда как до кризиса она составляла всего 4,5%.

Чтобы поддержать резкий скачок онлайн-спроса, компании пришлось ограничить минимальное количество заказов на доставку товаров из-за реструктуризации операционных возможностей в период самоизоляции.

По прогнозам директора Детский мир онлайн-бизнеса, в 2022 году доля онлайн-продаж останется на уровне 7%, поскольку клиенты возвращаются к своей нормальной жизни и ходят в офлайн-магазины, чтобы купить товары, требующие покупки "вживую" (например, одежду и обувь).

Стратегическим приоритетом компании является дальнейшая интеграция рынка детских товаров путем оцифровки продаж, расширения ассортимента собственного бренда и торговой площадки, улучшения качества обслуживания клиентов, предоставления новых услуг, а также укрепления логистической и розничной инфраструктуры. Преемник превращения компании в ведущего мультивертикального цифрового ритейлера, увеличив его участие в общих расходах России.

В рамках реализации стратегии компания запустила второй региональный распределительный центр площадью 8000 квадратных метров.метр на базе полного исполнительного центра Почты России в Казани. Производительность распределительного центра составляет до 250 000 заказов в месяц.

Он продолжает расширять ассортимент своих брендов и переходить к прямым контрактам с производителями, чтобы обеспечить первую рыночную цену, которая будет способствовать увеличению конкурентного преимущества на рынке.

Объем продаж собственных марок и прямого импорта в России вырос на 31,2% и составил 48,0% от общих продаж компании (+1,2 пункта в год). Наибольший рост зафиксирован в категориях «игрушки» и «крупные товары».

Пандемия ясно показала сильные и слабые стороны розничных продавцов. Розничные торговцы, способные наладить онлайн-продажи и эффективную цепочку доставки заказа покупателю, были конкурентоспособны.

Перспективными направлениями развития российской розничной торговли являются: продвинутая машинная аналитика динамического ценообразования в зависимости от курса ввозимых товаров, Персональный маркетинг, оцифровка и автоматизация бизнес-процессов.

Детский мир ориентирован на развитие онлайн-технологий, автоматизации и качественной логистики. Компания намерена повысить эффективность цепочки продаж за счет "единого заказа" и центрального склада. Таким образом, поставщик сократит свои расходы, потому что он не будет собирать заказы для каждого магазина. Сотрудничество с производителями сырья также снизит розничные цены, поскольку поставщики будут покупать товары на более выгодных условиях [7].

Таким образом, подводя итоги анализа, можно прийти к выводу. На сегодняшний день ПАО «Детский мир» является одним из лидеров розничной торговли детскими товарами в России и странах СНГ. Положительное влияние на деятельность компании оказывают, как существующие меры государственной поддержки молодых семей, так и положительная тенденция роста спроса на игрушки, появление новых технологий, способствующих снижению затрат в сфере логистики. Компания может рассчитывать на дальнейший рост и укрепление позиций на рынке.

Список источников

1. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. – М.: Экономика, 2019. – 563 с.
2. Виханский О. С. Стратегическое управление / Виханский О.С. – М. : Гардарика, 2018. – 296 с.
3. Давыдянец, Д. Е. Золотое правило экономики предприятия / Д. Е. Давыдянец, Н. А. Давыдянец. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Издательский Дом МИРАКЛЬ», 2020. – 24 с.
4. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: теория и практика: учебное пособие для вузов / А. Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2020. – 415 с.
5. Кессиди М.А. Проблемы организации стратегического управления / М.А. Кессиди // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2020. — № 2-1 (60). — С. 119-122.

6. Некрасова О.Л. Стратегия развития предприятия / О.Л. Некрасова // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. — 2020. — № 2. — С. 178-183.

7. Смирнова Н.К., Фомина А.В. Реализация стратегий компаний: от простого к сложному [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.elobook.com> 12.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 338

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ БАНКОВСКОГО РЫНКА ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

САЛИМОВА ПОЛИНА СЕРГЕЕВНА,
КОВАЛЕВА АННА ПАВЛОВНА

студенты

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», НИУ «БелГУ»

Научный руководитель: Быканова Наталья Игоревна

к.э.н., доцент

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», НИУ «БелГУ»

Аннотация: в статье приведен анализ банковского состояния рынка ипотечного кредитования в России. Представлена динамика ключевой ставки Центрального Банка РФ и ежемесячных объемов выдачи ипотечных жилищных кредитов, рассмотрены популярные государственные программы ипотечного кредитования.

Ключевые слова: ипотека, ключевая ставка, ипотечный кредит, государственная программа, рынок ипотечного кредитования

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE MORTGAGE LENDING BANKING MARKET IN THE RUSSIAN FEDERATION

Salimova Polina Sergeevna,
Kovaleva Anna Pavlovna

Scientific adviser: Bykanova Natalia Igorevna

Abstract: the article provides an analysis of the banking state of the mortgage lending market in Russia. The dynamics of the key rate of the Central Bank of the Russian Federation and monthly volumes of mortgage loans are presented, popular state mortgage lending programs are considered.

Key words: mortgage, key rate, mortgage loan, state program, mortgage lending market.

Ипотечное кредитование населения Российской Федерации занимает жизни большинства россиян. Данный вид кредитования можно отнести к самой насущной из социальных проблем граждан. При достижении трудоспособного возраста, человек старается улучшить условия своего проживания [1]. Одним из наиболее современных механизмов получения жилья и решения данной проблемы стала ипотека. Ипотечное кредитование является хоть и не простым, но доступным методом привлечения вложений в жилищную отрасль.

Проведение анализа текущего состояния ипотечной жилищной системы России имеет особую значимость. С наступлением мировой пандемии абсолютно все сферы столкнулись с различными про-

блемами. В 2022 году рынок ипотечного кредитования подвергся крупным изменениям. В марте 2022 года Центральный Банк Российской Федерации поднимает ключевую ставку с 9,5% до исторически рекордных 20% (рис.1). Резкий подъем ставки был обусловлен сильным давлением на валюту из-за проведения специальной военной операции России по освобождению ДНР и ЛНР. Большое количество российских банков попали под санкции Европейского союза [2]. Также, возможна подготовка пакета санкции от США и других стран «Большое Семёрки». Был установлен запрет на любые операции с активами и резервами Центрального Банка.

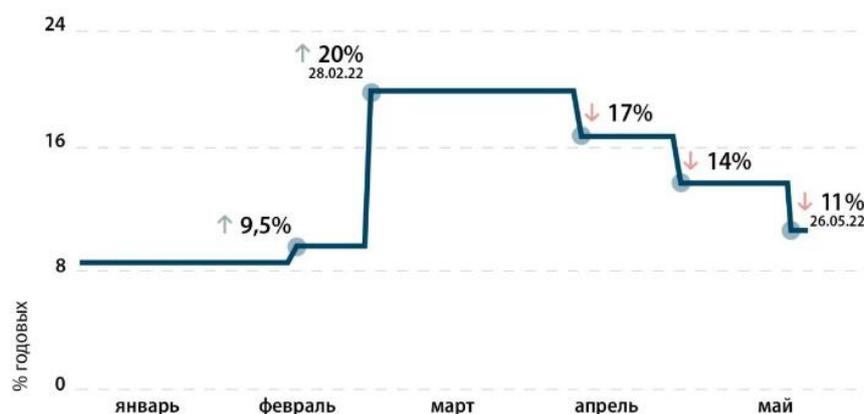


Рис. 1. Изменение ключевой ставки ЦБ России в 2022 году

Внешние условия для российской экономики кардинально изменились. Как утверждал Центральный Банк, резкое повышение ключевой ставки с 9% до 20%, позволит обеспечить увеличение депозитных ставок до уровней, необходимых, чтобы компенсировать возросшие девальвационные и инфляционные риски. Это позволит поддержать финансовую и ценовую стабильность и защитить сбережения граждан от обесценения.

Так как ключевая ставка это, показатель, в соответствии с которым Центральный Банк кредитует российские коммерческие банки, значит, чем выше ставка для самих банков, тем выше ставки по кредитам для населения.

Таким образом, ипотека на вторичное жилье в марте 2022 года выдавалась по рекордные 20-25% годовых. Конечно, 90% россиян не способны были выплачивать кредит под такой процент. В тот период многие лица начали подбирать первичное жилье в новостройках, так как на него действовала программа льготной ипотеки под наименьший процент. Те из россиян, кто уже начал оформлять ипотеку, старались быстрее получить кредит под уже одобренные кредитные заявки [3]. Населения в экстренные еще неизведанные условия старались сохранить свои средства, поэтому вырос спрос на краткосрочные вклады от 1 до 3-х месяцев. Также некоторая часть населения решила вложиться в недвижимость. Поэтому за наличные сбережения вырос спрос на покупку недвижимости, а также наблюдалось повышение цен на жилье около 6%.

Популярная ипотечная программа «Господдержка 2020/2022» также подверглась изменениям. До апреля 2022 года ипотека на первичное жилье (новостройки) выдавались под 7% годовых. В новых условиях, государство повысило процентную ставку по льготно й ипотеке до 12 процентов годовых. Также были повышены лимит на покупку жилья по ипотеке в Москве и Санкт-Петербурге и областях до двенадцати миллионов, и с трех до шести миллионов в остальных областях. Для согласования ипотеки по данной программе необходимо наличие суммы первоначального взноса в размере 15 процентов.

Ипотечные кредиты по данной государственной льготной программе можно получить в Сбербанке, Металлинвестбанке, Газпромбанке и нескольких других, наиболее используемых в России, банках.

Также в апреле 2022 года Центральный банк снижает ключевую ставку два раза. В первый раз: с 20 до 17 процентов, второй – с 17 до 14 процентов. Однако, данное снижение не привело к увеличению

доступности, уже увеличивших свои процентные ставки, программ. Цены на недвижимость также продолжили увеличиваться. Апрель по мнению аналитиков, стал месяцем максимального снижения выдачи ипотечных кредитов (снижение зафиксировано на отметке в 70%).

В мае 2022 года процентная ставка по ипотечной программе «Господдержка 2020/2022» снизилась с 12% до 9%. Максимальные размеры кредитов увеличены до 30 миллионов рублей. Появилась новая программа для поддержки IT-отрасли – льготная ипотека для IT-специалистов со ставкой до 5% годовых. Правительство предусмотрело выдачу ипотечных кредитов по данной программе на 240 миллиардов рублей. Одним из условий получения данной ипотеки является работа в аккредитованной IT-компании и зарплату работника выше ста тысяч рублей. Данная программа распространяется только на новостройки. Приобрести вторичное жилье не получится. Однако спрос на покупку недвижимости упал, в связи со сложившейся внешнеполитической ситуацией, люди стали опасаться брать долгосрочные кредиты. В Москве начали дешеветь квартиры (падение продаж составило около 1%) [4].

В июне 2022 года Центральный Банк России снижает ключевую ставку до значения начала специальной военной операции в 9,5% годовых. При таких условиях население было готово оформлять кредиты, начался рост кредитования (увеличение составило более 81%). Государственные программы уже все равно не могли обеспечить населению удачные предложения по ипотечным кредитам, поэтому на рынке ипотеки начали появляться предложения от застройщиков. Начали появляться индивидуальные льготные ипотечные программы от застройщиков. Например, ипотеку от 0,01% на квартиры бизнес-класса в Москве и Подмосковье предлагала застройщик Группа компания «Интонация». Также появляются индивидуальные предложения на премиальные квартиры стоимостью от 20 миллионов рублей. Начали распространяться «Семейные ипотеки» от банков ВТБ, Открытие, Газпромбанка и других. Фактически, такие предложения можно было расценивать как рассрочку. В сентябре данные предложения будут расценены аналитиками как «маркетинговые ходы».

За июль 2022 года банки выдают кредитов около 340 миллиардов рублей. В текущем году эксперты называют месяцем с максимальным месячным объемом, несмотря на сложную внешнеэкономическую ситуацию.

Уменьшилось падение цен на недвижимость, ситуация на рынке ипотечных кредитов становится более стабильной. Однако падение ускорится вновь в августе 2022 года в связи с новым пакетом санкций Европейского союза против Российской Федерации. Москва стала одним из городов, в котором снижение цен на вторичном рынке почувствовалось наиболее сильно. Снова снижается ключевая ставка до 8% годовых.

В сентябре 2022 года происходит шестое снижение ключевой ставки Центрального банка до 7,5% годовых.

Объем кредитов, выдаваемых банками за месяц, также отражает постепенное улучшение ситуации, хотя в годовом выражении рост все еще заметно отстает от показателей 2021 года (рис. 2). Максимальное снижение год к году в объеме выданных за месяц кредитов наблюдалось в апреле (-70,7% к апрелю 2021 года). Однако затем темп снижения постепенно замедлялся и в июле составил уже -21,1%. За июль банки выдали ипотечных кредитов на 341,6 млрд рублей, что стало максимальным месячным объемом с марта текущего года, когда даже с учетом непростых экономических условий банки сумели выдать более 0,5 трлн рублей кредитов. В ежемесячном выражении после резкого падения в мае и главным образом в апреле (-69% к марту) темп роста выдачи кредитов уже в июне продемонстрировал существенное восстановление (+81,4%), а в июле вырос еще на 34,8%.

Так как произошло снижение ключевой ставки, все банки России должны снизить ставки по ипотечным кредитам. Однако, значение ставок по ипотеке оказалось ниже, чем было до кризиса в связи с внешнеполитической обстановкой. Изменения в выдаче ипотечных кредитов больше коснулось не процентных ставок, а условий предоставления кредита населению. Так, в крупных банках Сбербанк и ВТБ был снижен первоначальный взнос по ипотечному кредиту. Ранее он составлял 15%, новое значение было установлено на планке 10%. Также, аналитики предполагают повышение ключевой ставки осенью, поэтому большинство банков не спешит менять условия кредитования в части снижения процентной ставки.

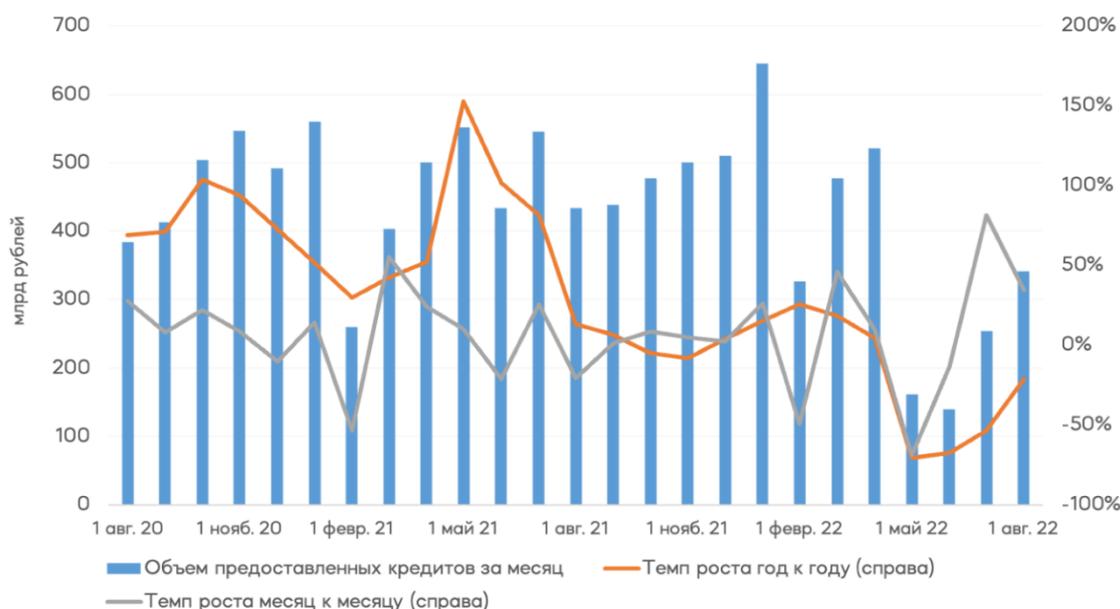


Рис. 2. Динамика ежемесячных объемов выдачи ипотечных жилищных кредитов

В сентябре повышается размер выплат материнского капитала с 2023 года. Размер выплаты на первого ребенка в 2023 году составит 589,5 тысяч рублей, на второго - 779 тысяч рублей.

Банковские аналитики уже не ждут снижения процентных ставок, ведь этого уже будет недостаточно для значений спроса на недвижимость, нарабатанных за последнее время. Для исправления ценовой динамики и развития положительного спроса на рынке ипотечного кредитования необходимо около года. Средняя ставка ипотечного кредитования на момент анализа составляет 10,5%. На рис. 3 представлен средневзвешенные ставки ипотечного кредитования.



Рис. 3. Средневзвешенные ставки ипотечного кредитования

В сентябре 2022 года была объявлена частичная мобилизация в рамках специальной военной операции. Для рынка ипотечного кредитования такие перемены не прошли мимо. Тревожность потенциальных клиентов банков повысилась. Некоторые граждане решили отложить покупку недвижимости до более стабильной ситуации. Однако массового расторжения ипотечных кредитов банковскими работниками не было замечено. Аналогично, как и повышенного спроса на покупку жилья.

Таким образом, в настоящее время рынок ипотечного кредитования стремительно развивается в непростых условиях, о чем говорит такой показатель, как рост рыночной стоимости недвижимости. Однако, в сравнении с ростом доходов населения и наличия определенного количества сбережений, распределенных на покупку недвижимости, ипотека является одним из главных способов приобретения недвижимости, и как следствие, увеличение финансирования рынка ипотечного кредитования и рынка жилья в целом.

Список источников

1. Об ипотеке (залоге недвижимости): федер.закон от 16.07.1998 г. № 102-ФЗ (принят ГД ФС РФ 24.06.1997, действующая редакция). – М.: Эксмо, 2018. – 25 с.
2. О мерах по развитию системы ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации: постановление РФ от 11.01.2000 г. №28. – 2018. – с. 5.
3. Лаврушин О. И. Деньги. Кредит. Банки: учебник. Москва: КНОРУС, 2018. – 448 с.
4. Будаков Д. Ю. Проблемы ипотечного кредитования // Деньги и кредит. – 2019. – № 9. с.18.

УДК 33

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

ТЕТЕНЕВА АННА АНАТОЛЬЕВНА

преподаватель,
Шадринский филиал Финуниверситета,
г. Шадринск

Аннотация: Банковский сектор является элементом экономической системы страны и играет важную роль в обеспечении устойчивого экономического роста и поступательного развития российской экономики. Поэтому обеспечение качества банковской системы, её жизнестойкости и эффективности функционирования является одной из приоритетных задач, особенно в современных условиях, когда многие, особенно крупные банки попали под блокирующие ограничения США, Евросоюза и Великобритании, что негативно отразилось на деятельности кредитных организаций. В данной статье рассмотрены современное состояние банковского сектора, его проблемы и основные тенденции развития в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: банк, банковская система, кредитные организации, банковский сектор, цифровизация, информационные технологии, информационная безопасность.

Банковская система - одна из сфер экономики, которая оказывает влияние на характер и развитие экономических взаимоотношений и непосредственно влияет на состояние денежно-кредитной сферы страны.

В экономике коммерческие банки выполняют роль основных финансовых посредников. От степени эффективности и стабильности их деятельности зависит обеспечение устойчивого экономического роста и поступательного социального развития российского государства.

Современный банковский сектор России и его изменение за последние 4 года представлены следующими данными (табл.1):

Таблица 1

Количественные характеристики действующих кредитных организаций [1]

| | 01.01.2019 | 01.01.2020 | 01.01.2021 | 01.01.2022 | 01.01.2023 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Действующие кредитные организации (КО) | 484 | 442 | 406 | 370 | 361 |
| В том числе: | | | | | |
| - банки | 440 | 402 | 366 | 335 | 326 |
| - небанковские КО | 44 | 40 | 40 | 35 | 35 |
| Филиалы действующих КО на территории РФ | 709 | 618 | 530 | 471 | 449 |
| Дополнительные офисы КО | 20499 | 19997 | 19437 | 18536 | 24221 |

Данные представленной таблицы свидетельствуют об устойчивой тенденции к снижению количества действующих кредитных организаций. Так количество банков за последние 4 года уменьшилось на 114 ед. В 2022 году темп сокращения числа действующих банков несколько снизился, с рынка ушли 9 банков, а в предыдущие годы банки закрывались чаще (более 30 в год). Также явно выражена тенденция к уменьшению количества банковских филиалов. В период с 2019 по 2021 годы сокращалось и

количество дополнительных офисов кредитных организаций, однако в 2022 году ситуация изменилась, их число резко увеличилось и даже значительно превысило показатель 2019 года.

По данным аналитики банковского сектора, размещенной на сайте Bankiros: «все закрывшиеся банки — это небольшие, регионального уровня учреждения. Их слияние с более крупными игроками или просто уход с рынка связаны с высокой конкуренцией, попыткой удержать клиентуру и сохранить прибыль. В долгосрочной перспективе с этими проблемами столкнется большинство небольших банков» [2].

Статистика территориального размещения кредитных организаций свидетельствует о том, что половина всех кредитных организаций функционирует в Москве, а в большинстве субъектов РФ число действующих местных банков не превышает двух, а в некоторых субъектах Федерации свои региональные банки вообще отсутствуют (например, Брянская, Воронежская, Курская, Липецкая области)

В ниже представленной таблице содержится информация о макроэкономических показателях деятельности банковского сектора России.

Таблица 2

Макроэкономические показатели деятельности банковского сектора

| Показатель | 01.01.2018 | 01.01.2019 | 01.01.2020 | 01.01.2021 | 01.01.2022 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| Активы банковского сектора, млрд. руб. | 77961 | 86232 | 88796 | 103842 | 120310 |
| в % к ВВП | 84,9 | 83,0 | 81,0 | 96,8 | 92,0 |
| Кредиты, предоставленные физическим и юридическим лицам, млрд руб. | 45 994 | 52 912 | 56 654 | 64 804 | 74 949 |
| в % к ВВП | 50,1 | 50,9 | 51,7 | 60,4 | 57,3 |
| в % к активам банковского сектора | 59,0 | 61,4 | 63,8 | 62,4 | 62,3 |
| Вклады физических лиц, млрд. руб. | 25 987 | 28 459 | 30 412 | 32 834 | 34 695 |
| в % к ВВП | 28,3 | 27,4 | 27,7 | 30,6 | 26,5 |
| Средства корпоративных клиентов, млрд руб. | 24 843 | 28 005 | 28 146 | 34 067 | 39 885 |
| в % к ВВП | 27,0 | 27,0 | 25,7 | 31,7 | 30,5 |

Приведенные данные свидетельствуют о постоянном росте совокупных активов банковского сектора, их отношение к валовому внутреннему продукту (ВВП) остается стабильным. Наибольший удельный вес в структуре активов занимают кредиты, источниками которых являются привлеченные средства банков, имеющие также явно выраженную тенденцию к росту.

Таким образом, банки, концентрируя у себя огромные денежные средства, представляющие собой серьезный инвестиционный ресурс, расширяя спектр современных банковских услуг и повышая их качество, принимают активное участие в модернизации российской экономики, выступают одним из драйверов экономического роста России.

Обеспечение качества банковской системы и системной устойчивости банковского сектора является ключевой задачей, для достижения которой ЦБ РФ проводит постоянный мониторинг уязвимостей финансовой системы.

В 2022 году российский банковский сектор столкнулся с беспрецедентным количеством новых вызовов: внесение многих крупных банков в санкционный список, замораживание активов, паника вкладчиков, резкий рост валютного и процентного рисков, уход крупных иностранных компаний и другие.

Под самые жесткие блокирующие санкции со стороны США и других «недружественных» западных стран попали 10 крупных банков, включенных в SDN-лист и отключенных от системы междуна-

родных переводов SWIFT: Сбербанк, ВТБ, Альфа-Банк, «Открытие», Промсвязьбанк, Транскапитал-банк, Совкомбанк, Новикомбанк, Инвестторгбанк, Дальневосточный банк. Другие банки, например Газпромбанк, Россельхозбанк, ВЭБ.РФ, Московский кредитный банк (МКБ) столкнулись с менее значительными ограничениями. По состоянию на 20 января 2023 года в санкционном списке 23 российских банка. Большинство из этих банков входят в перечень системно значимых кредитных организаций, на долю которых приходится около 80% совокупных активов российского банковского сектора.

Ограничительные политические и экономические меры оказали серьезное негативное влияние на российские банки, обострив тем самым имеющиеся проблемы в банковском секторе и создав новые.

На ниже представленном рисунке показано как менялся финансовый результат российских банков.



Рис. 1. Динамика финансового результата банковского сектора РФ [3]

По итогам первой половины 2022 г. российский банковский сектор показал убытки в сумме 1,5 трлн руб. С июля ситуация начала меняться в положительную сторону. По итогам 2022 г. прибыль российского банковского сектора составила 203 млрд руб., что в разы ниже предыдущих лет. При этом 18% российских банков получили убытки (в 2021 г. убытки имели лишь 2%). Рост прибыли обеспечен за счет роста кредитов, чему в значительной степени способствовали снижение процентных ставок, денежные вливания в экономику и меры поддержки от ЦБ РФ.

Таким образом, несмотря на сильное давление со стороны США, Евросоюза и Великобритании российский банковский сектор демонстрирует устойчивость и адаптацию к существующей реальности.

Основная задача российских банков – это качественное клиентское обслуживание. Расширение клиентской базы банки возможно путем разработки и применения новых методов предоставления банковских продуктов и услуг при активной цифровой трансформации всей мировой и российской экономики.

Для обеспечения возрастающих потребностей клиентов банкам следует учитывать современные тенденции, развивать цифровые технологии, соответствовать стандартам и конкурентным условиям цифровой экономики.

В банковской сфере с началом пандемии мир разделился на «до» и «после». Пандемия подчеркнула критическую необходимость развития ИТ-инфраструктуры для выживания банковского сектора в условиях «новой реальности». Некоторые тренды впервые появились в банковской сфере во время пандемии, и они продолжают набирать обороты.

Следует обратить внимание на ключевые направления развития информационных технологий (рис.2).

Инновационные технологии способны легко выявлять потенциальных клиентов, сокращают потребности в персонале и широкой филиальной сети, меняют практически все направления банковского бизнеса, переводят в цифру традиционные банковские услуги и продукты.

Одним из технических столпов, на которых построен весь современный финансовый рынок является искусственный интеллект. Внедрение технологий ИИ является важнейшим условием повышения уровня конкурентоспособности российской банковской системы.



Рис. 2. Ключевые тренды развития ИТ в крупных банках [4]

Крупнейшие банки - потребители ИТ (ТОП -10): Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Открытие, Альфа Банк, Совкомбанк, Россельхозбанк, МКБ, Тинькофф, Райффайзенбанк [5].

Расширение цифровых каналов взаимодействия и разработка новых цифровых продуктов - ключевые факторы дальнейшего развития банков а.

Общая мировая тенденция цифровизации коснулась и системы денежного обращения нашей страны, где совсем скоро появится новый платежный инструмент - цифровая валюта центрального банка под названием «Цифровой рубль». Введение цифровой валюты позволит увеличить скорость расчетов, сократить транзакционные издержки, использовать инновационные сервисы. Удобный доступ к цифровому рублю будет обеспечиваться через любой финансовый банк как в онлайн, так и офлайн режиме.

В дальнейшем цифровая трансформация качественно изменит технологии предоставления финансовых услуг. Банк России должен сформулировать новые подходы к информационной безопасности. Целями ЦБ РФ в разрезе информационной безопасности являются обеспечение киберустойчивости, защита потребителей финансовых услуг, содействие развитию инновационных финансовых технологий [7].

Цифровое взаимодействие между пользователем банковскими услугами и финансовой организацией должно быть безопасным, комфортным и доступным.

Современная банковская система характеризуется высоким уровнем конкуренции, которая является движущей силой качественных изменений в банковской сфере. Однако следует отметить, что российская банковская система испытывает сложности с развитием конкуренции. Конкуренция за клиента достаточно высока, но она происходит главным образом в крупнейших банках. Доминирование крупнейших банков, прежде всего, системно значимых кредитных организаций (СЗКО) и банков с государственным участием, постоянно растущая концентрации капитала и активов банковской системы в крупнейших банках создают основные риски для небольших по величине банков, которые в большинстве своем не способны предложить своим клиентам конкурентные условия обслуживания. В связи с этим имеет место тенденция к сокращению количества региональных банков.

По официальным данным ЦБ РФ на пять крупнейших банков РФ приходилось по итогам 2021 года 63,9% активов банковской системы, На 13 системно значимых кредитных организаций (СЗКО) приходится более 75% активов банковской системы. Для сравнения, на все региональные банки (166 банков) приходится 5,6% всех активов банковской системы [8].

Совершенствование банковских услуг, активное использование способов их продвижения, повышение качества клиентского обслуживания, четкое и продуманное позиционирование бренда в информационную эпоху являются залогом устойчивого развития банка в условиях растущей конкуренции.

Российские коммерческие банки в последние годы значительно расширили перечень предлагаемых банковских продуктов и услуг и в настоящее время способны предложить своим клиентам более 300 видов. Это позволяет им сохранять и расширять клиентскую базу, оставаться рентабельными в условиях «новой реальности».

В контексте цифровизации уместно отметить, что в последние годы стало модным создавать экосистемы, объединяющие финансовые и нефинансовые сервисы и предлагающие клиентам банков разнообразные продукты и услуги из одного окна – например, через специальное приложение, охватывающее практически все сферы жизни (банковские услуги, оплата товаров, заказ такси, доставка еды и т. д.). В дальнейшем эта тенденция будет только усиливаться.

Неотъемлемой частью функционирования банковской системы является предоставление услуг страхования в банках. Все большее развитие получает банкострахование как новый и перспективный вид совместной деятельности банков и страховых компаний.

Основная задача банковской системы заключается в том, чтобы обеспечить существенный рост качества банковской деятельности, включающее расширение состава банковских продуктов и услуг, и совершенствование способов их предоставления, обеспечение долгосрочной эффективности и устойчивости бизнеса кредитных организаций.

Таким образом, от состояния и тенденций развития банковской системы во многом зависит продуктивность экономики и поступательное социальное развитие общества. Ключевым резервом повышения эффективности банковской деятельности является применение достижений современных информационных технологий, составляющих основу модернизации банковской деятельности.

Список источников

1. Количественные характеристики банковского сектора Российской Федерации— URL: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/lic/
2. Аналитика банковского сектора— URL: <https://bankiros.ru/analytics/bank?ysclid=lbl1s2algh452967417>
3. ЦБ впервые раскрыл убыток банков в кризис — URL: <https://www.rbc.ru/finances/02/09/2022/6305fbc19a794785d4d6d8ab?ysclid=lbl56b4ki5958741>
4. Информатизация в банковском секторе 2021, – URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2022/04>
5. Цифровизация — главный тренд в развитии банковского сектора в 2022 году <https://www.banki.ru/news/columnists/?id=10958410>
6. Цифровой рубль что это простыми словами - URL: <https://fin-plan.org/blog/investitsii/tsifrovoy-rubl-cto-eto-prostymi-slovami/>
7. Анализ нормативных документов по защите информации в российской кредитно-финансовой сфере- URL: <https://habr.com/ru/post/483844/>
8. Доклад к IV съезду Ассоциации российских банков Банки, финансовая стабильность и экономическое развитие — URL: <https://asros.ru/upload/iblock/ecc/hp1upen5fj3nju0hdxcmoh991xd00a0/Doklad.pdf?ysclid=lb6s7yavxk706525392>
9. ТИНЬКОФФ ЖУРНАЛ — URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/bank-results-2022/?ysclid=idg22ub1cz570554701>

УДК 336:336.77

АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ

МАРКОВА НАТАЛИЯ АНДРЕЕВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Волжский государственный университет водного транспорта»

Аннотация: в статье проводится анализ ситуации по объемам кредитования физических лиц-резидентов РФ в последние годы; анализируется структура валюты кредитных заимствований, структура заемщиков резидентов РФ. Особое внимание уделяется анализу задолженности по кредитам физических лиц-резидентов РФ с выделением ее просроченной части. Представлены тенденции последнего времени по типам кредитных продуктов в сегменте розничного кредитования.

Ключевые слова: объем кредитования физических лиц, валюта кредитования; задолженность по кредитам физических лиц, просроченная задолженность по кредитам, анализ объемов кредитования физических лиц-резидентов РФ.

ANALYSIS OF THE VOLUME OF LENDING TO INDIVIDUALS IN RUSSIA

Markova Nataliia Andreevna

Abstract: The article analyzes the situation on the volume of lending to individuals-residents of the Russian Federation in recent years; analyzes the structure of the currency of credit borrowings, the structure of borrowers of residents of the Russian Federation. Special attention is paid to the analysis of debt on loans of individuals-residents of the Russian Federation with the allocation of its overdue part. Recent trends in the types of credit products in the retail lending segment are presented.

Key words: the volume of lending to individuals, the currency of lending; debt on loans to individuals, overdue loans, analysis of the volume of lending to individuals-residents of the Russian Federation.

Развитие рыночной экономики, ориентированной на растущее потребление, неизбежно приводит к увеличению роста кредитных вливаний в экономику. В России в период с 2019 по 2021 год рост денежных доходов населения [1, с. 155] к предыдущему году составил 1,86% в 2020 году и 10,68% в 2021 году соответственно. Автором ранее были проанализированы данные о составе и структуре денежных доходов россиян [2], [3]. При этом уровень инфляции в стране по данным Росстата в 2020 году составлял 4,9%, а в 2021 году и в 2022 году вырос и составил: 8,39% в 2021 году и 11,94% в 2022 году соответственно. Темп изменения реальных располагаемых денежных доходов населения в процентах к предыдущему году не вносит оптимизма и в 2020 году снизился до 98%, а в 2021 году чуть вырос и составил 103,2% [1, с.151]. Инфляционный рост цен в экономике, при невысоком росте доходов населения, в парадигме потребления, подталкивает физических лиц к активному использованию заемных средств для удовлетворения растущего потребления товаров и услуг.

Проанализируем объем кредитования физических лиц в РФ за последние годы [4]. Данные представим в таблице 1.

Анализируя данные таблицы 1 по общему объему кредитов, предоставленных физическим лицам-резидентам РФ, можно сказать, то наблюдается ежегодное увеличение объемов заимствования. Так, в ковидном 2020 году увеличение общего объема кредитов физических лиц составило 10,87%, а в 2021 году – 33,97%, то есть объем кредитных заимствований вырос на треть, что в абсолютном выра-

жении составило 5289,12 млрд. руб. В 2022 году ситуация кардинально изменилась. За 11 месяцев 2022 года рублевые заимствования физических лиц-резидентов РФ существенно сократились и составили 15856,42 млрд. руб. (сокращение составило около 24%). Основные причины снижения общего объема кредитования физических лиц в 2022 году: значительное увеличение в начале 2022 года ключевой ставки и как следствие ставок по кредитам: консервативный подход банков при кредитовании граждан; снижение реальных доходов населения и неопределенность в социально-экономической жизни общества.

Таблица 1

Объем кредитов, предоставленных физическим лицам-резидентам РФ

| Показатели | Годы | | | | Темп роста, % | | Абс. изм., млрд. руб. | |
|---|----------|----------|----------|-------------------------|---------------|--------|-----------------------|---------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | за 11 месяцев 2022 года | 2020 | 2021 | 2020 | 2021 |
| Российская Федерация, итого, млрд. руб. | 14044,57 | 15571,16 | 20860,28 | 16168,38 | 110,87 | 133,97 | 1526,59 | 5289,12 |
| -в рублях, млрд. руб. | 1406,15 | 15486,05 | 20670,05 | 15856,42 | 110,57 | 133,48 | 1479,90 | 5184,00 |
| -в иностранной валюте, млрд. руб. | 38,42 | 85,11 | 190,23 | 311,96 | 221,52 | 223,51 | 46,69 | 105,12 |

Если анализировать валюту кредитных заимствований физических лиц, то смело можно утверждать, что основная валюта кредитования физических лиц в РФ – рубли. Доля рублевых кредитов физическим лицам в РФ с 2019 по 2021 годы составляет более 99% ежегодно (данные рис. 1).

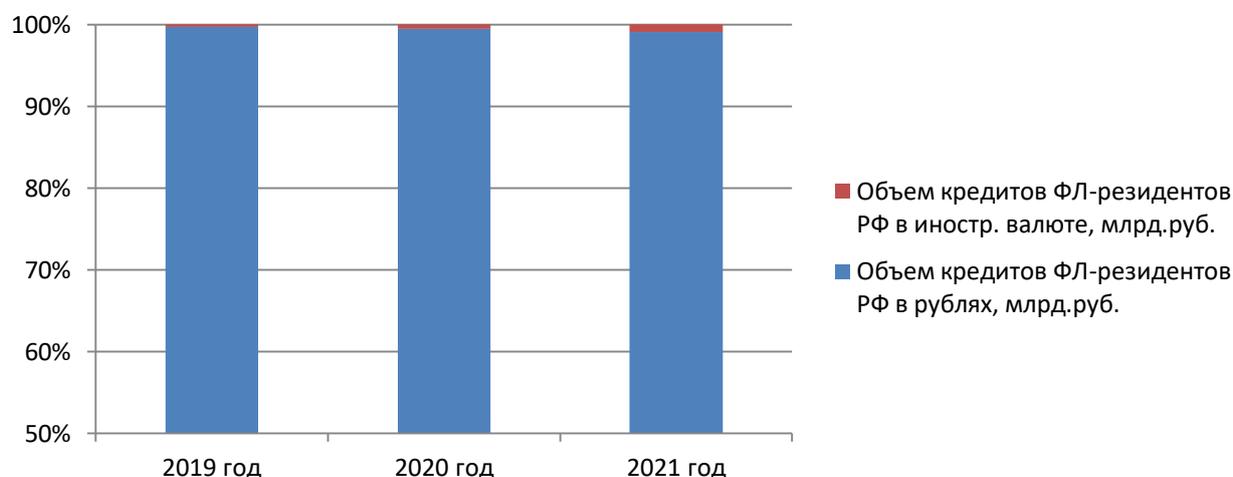


Рис. 1. Структура валюты кредитных заимствований физических лиц

Однако следует отметить сформировавшуюся тенденцию по объему кредитования физических лиц-резидентов РФ в иностранной валюте: ежегодное увеличение кредитования физических лиц в иностранной валюте составляет более чем в 2,2 раза в 2020 году и в 2021 году (данные табл. 1). За 11 месяцев 2022 года рост кредитов физических лиц в иностранной валюте достиг пикового значения в раз мере 311,96 млрд. руб., то есть увеличился на 121,73 млрд. руб. по сравнению с итогами 2021 года.

Несмотря на стремительный рост общего объема кредитования физических лиц-резидентов РФ, доля в структуре заемщиков носит устойчивый характер [1, с. 537]. Так, в 2020 году доля кредитов, предоставленных физическим лицам в общем объеме кредитования, составляла 26,88%, а в 2021 году её размер несущественно изменился и составил 26,72% (данные рис. 2). При этом следует заметить, что десять лет назад (в 2011 году) доля кредитования физических лиц в общем объеме кредитования составляла 18,97%, а в 2001 году – лишь 3,40%.

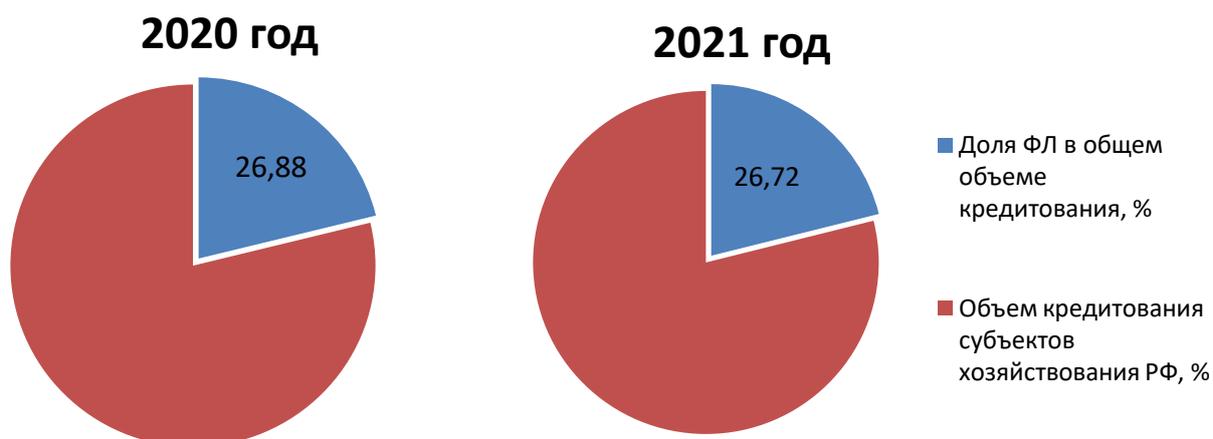


Рис. 2. Структура заемщиков резидентов РФ, %

Перейдем к анализу задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам РФ [5]. Данные представим в таблице 2.

Таблица 2
Задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам РФ

| Показатели | Анализируемый период | | | | Темп роста, % | | | Абс. изм. за год, млрд. руб. | | |
|--|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|
| | на 01.02. 2019 г. | на 01.02. 2020 г. | на 01.02. 2021 г. | на 01.02. 2022 г. | на 01.02. 2020 г. | на 01.02. 2021 г. | на 01.02. 2022 г. | на 01.02. 2020 г. | на 01.02. 2021 г. | на 01.02. 2022 г. |
| Российская Федерация, всего, млрд. руб. | 15005,8 | 17704,0 | 20086,7 | 24725,7 | 117,98 | 113,46 | 123,09 | 2698,2 | 2382,7 | 4639,0 |
| в т. ч. просроченная задолженность, млрд. руб. | 74,2 | 751,0 | 913,9 | 967,6 | 97,00 | 121,70 | 105,87 | -23,2 | 162,9 | 53,4 |
| Задолженность по кредитам в рублях, млрд. руб. | 14306,6 | 17629,3 | 20024,5 | 24675,3 | 118,26 | 113,59 | 123,23 | 2722,7 | 2395,2 | 4650,8 |
| в т. ч. просроченная задолженность, млрд. руб. | 746,3 | 729,9 | 894,2 | 954,2 | 97,81 | 122,51 | 106,71 | -16,4 | 164,3 | 60,0 |
| Задолженность по кредитам в валюте, млрд. руб. | 99,2 | 74,8 | 62,3 | 50,4 | 75,40 | 83,27 | 80,99 | -24,4 | -12,5 | -11,9 |
| в т. ч. просроченная задолженность, млрд. руб. | 27,9 | 21,1 | 19,7 | 13,4 | 75,4 | 93,57 | 67,85 | -6,8 | -1,4 | -6,3 |

Как видно из данных таблицы 2 общий объем задолженности по кредитам физических лиц растет в анализируемом периоде. За 2019 год рост задолженности по кредитам составил 17,98 %; в 2020 году - составил 13,46 %. За 2021 год (к 01.02.2022 г.) наблюдается наибольшее увеличение задолженности по кредитам физических лиц-резидентов РФ в размере 23,09 %. В абсолютном выражении рост задолженности по кредитам физических лиц-резидентов РФ составил 2,4 – 2,7 трлн. руб. в 2019 – 2020 гг. и 4,6 трлн. руб. в 2021 году. Негативным фактором развития как банковского сектора, так и экономики в целом является рост просроченной задолженности по кредитам физических лиц-резидентов РФ. Если на 01.02.2019 года размер просроченной задолженности по кредитам физических лиц составил 774,2 млрд. руб., то уже на 01.02.2022 года её размер увеличился и составил 967,6 млрд. руб. (данные табл. 2). На ситуацию с ростом задолженности по кредитам и на рост просроченной части этой задолженности оказали влияние снижение темпов экономического развития страны, COVID-19 (изоляция граждан,

сокращение занятости и доходности граждан, снижение предпринимательской активности), низкие доходы населения и инфляционный рост цен.

Следует также отметить тот факт, что задолженность по кредитам физических лиц-резидентов РФ в иностранной валюте в анализируемом периоде снизилась в 2 раза (данные табл. 2). Аналогичными темпами снижался и размер просроченной задолженности по кредитам физических лиц в иностранной валюте: с 27,9 млрд. руб. на 01.02.2019 года до 13,4 млрд. руб. на 01.02.2022 года.

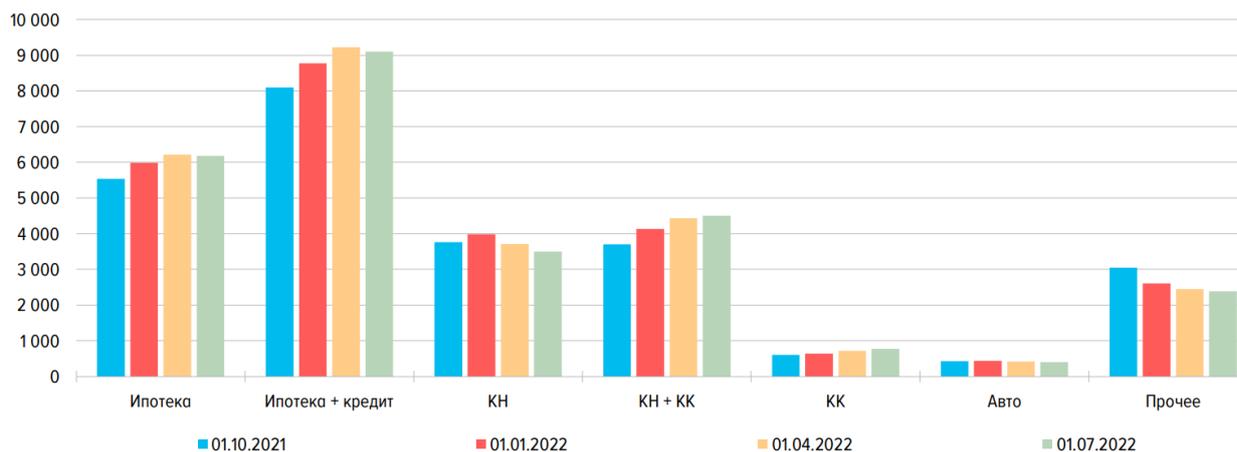


Рис. 3. Распределение задолженности домохозяйств России по типам кредитных продуктов (млрд. руб.) [6, с.5]

Несмотря на сложную ситуацию в экономике России в сегменте ипотечного кредитования физических лиц размер кредитов динамично растет (рис. 3) за счет реализации программ льготного ипотечного кредитования в стране. Также среди россиян в последнее время отмечается рост популярности кредитных карт (рис. 3).

Итак, проведя анализ объемов кредитования физических лиц-резидентов РФ и сформированной задолженности по кредитам можно сказать, что сегмент розничного кредитования наиболее чувствителен к изменению экономической ситуации в стране, постоянно находится в развитии, увеличивая свои объемы и линейку продуктов, и занимает особое место в доходах домохозяйств.

Список источников

1. Российский статистический ежегодник 2022, [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegovdnik_2022. (16.01.2023)
2. Маркова, Н. А. Анализ денежных доходов населения: вызов времени / Н. А. Маркова // Научные проблемы водного транспорта. – 2021. – № 68. – С. 134-149. – DOI 10.37890/jwt.v68.209. – EDN GKZZVH.
3. Маркова, Н. А. Усиление роли домохозяйств как конечных потребителей валового внутреннего продукта и изменение системы групп финансовых отношений / Н. А. Маркова // Вестник Волжской государственной академии водного транспорта. – 2017. – № 53. – С. 134-140. – EDN ZURLQZ.
4. Общий объем кредитов, предоставленных физическим лицам-резидентам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/sors/ (16.01.2023)
5. Задолженность (в том числе просроченная) по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/sors/ (17.01.2023)
6. Анализ тенденций в сегменте розничного кредитования на основе данных бюро кредитных историй [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/43421/inf-material_bki_2022fh.pdf (17.01.2023)

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 330

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «РОСКОССТРАХ»)

ГАББАСОВА АНИТА ШАМИЛЕВНА

студент

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что налог на прибыль это один из наиболее сложных налогов для исчисления. И, как показывает практика, расчет налога на прибыль – одна из сложнейших бухгалтерских операций, несмотря на довольно несложный механизм его исчисления. Сложность возникает при учете отдельных доходов и расходов, а также при ведении налогового учета. Неправильное исчисление приводит к спорам и разногласиям с налоговыми органами и об этом свидетельствует и судебно-арбитражная практика по налоговым спорам. В данной научной статье рассматриваются особенности исчисления налога на прибыль страховой организации ПАО «РОСКОССТРАХ», а также уделяется внимание проблемам налогообложения прибыли страховых организаций.

Ключевые слова: налогообложение, налог на прибыль, страховая организация, страховые премии, страховые выплаты, страховой резерв.

INDUSTRY-SPECIFIC FEATURES OF CORPORATE PROFIT TAXATION (ON THE EXAMPLE OF PJSC ROSKOSSTRAKH)

Gabbasova Anita Shamilevna

Abstract: The relevance of the chosen topic is due to the fact that income tax is one of the most difficult taxes to calculate. And, as practice shows, the calculation of income tax is one of the most complex accounting operations, despite the rather simple mechanism of its calculation. The difficulty arises when accounting for individual income and expenses, as well as when conducting tax accounting. Incorrect calculation leads to disputes and disagreements with the tax authorities, and this is evidenced by the judicial arbitration practice on tax disputes. This scientific article discusses the specifics of calculating the income tax of the insurance company of PJSC IC "ROSKOSSTRAKH", and also pays attention to the problems of taxation of profits of insurance organizations.

Key words: taxation, income tax, insurance organization, insurance premiums, insurance payments, insurance reserve.

Налоговым кодексом РФ установлены особенности определения доходов и расходов некоторых организаций, зависящие от осуществляемого этими организациями вида деятельности. Таким образом, в гл. 25 НК РФ рассматриваются не только общие подходы к формированию налоговой базы, исчислению и уплате налога на прибыль, но и особенности налогообложения прибыли, связанные со спецификой нескольких отраслей или групп предприятий:

– банки

- страховые организации
- негосударственные пенсионные фонды
- участники рынка ценных бумаг
- клиринговые организации
- особенности по операциям с финансовыми инструментами срочных сделок
- особенности при исполнении договора доверительного управления имуществом, договора простого товарищества
- особенности налогообложения иностранных организаций [1].

Согласно данным годовой бухгалтерской отчетности ПАО «Росгосстрах» при формировании налога на прибыль учитывались доходы и расходы, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Доходы и расходы ПАО «Росгосстрах» за 2019-2021 гг.

| Наименование показателя | Млн. р. | | | 2021 г. / 2019 г., % |
|---|----------|----------|----------|-------------------------|
| | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | |
| Страховая деятельность | | | | |
| Заработанная страховая премия - нетто-перестрахование | 71233,03 | 77203,12 | 78437,20 | 110,11 |
| Состоявшиеся убытки - нетто-перестрахование | 32900,63 | 35193,27 | 38864,71 | 118,13 |
| Расходы по ведению страховых операций – нетто-перестрахование | 26777,59 | 32410,60 | 32975,87 | 123,15 |
| Отчисления от страховых премий | 727,62 | 813,89 | 974,10 | 133,88 |
| Прочие доходы по страхованию иному, чем страхование жизни | 1882,79 | 2220,61 | 4048,18 | 215,00 |
| Прочие расходы по страхованию иному, чем страхование жизни | 4056,57 | 2808,07 | 4182,95 | 103,12 |
| Инвестиционная деятельность | | | | |
| Доходы за вычетом расходов (расходы за вычетом доходов) по операциям с финансовыми инструментами | 2119,64 | -399,93 | -1568,30 | -73,99 |
| Доходы за вычетом расходов (расходы за вычетом доходов) по операциям с финансовыми активами, имеющимися в наличии для продажи | -121,78 | -1,08 | -200,39 | 164,56 |
| Доходы за вычетом расходов (расходы за вычетом доходов) от операций с инвестиционным имуществом | 792,85 | 879,16 | 1168,57 | 147,39 |
| Доходы за вычетом расходов (расходы за вычетом доходов) по операциям с иностранной валютой | -252,29 | 43,26 | -273,48 | 108,40 |
| Прочие инвестиционные доходы за вычетом расходов (расходы за вычетом доходов) | -225,96 | 141,10 | 1563,01 | -691,71 |
| Прочие операционные доходы и расходы | | | | |
| Общие и административные расходы | 10485,55 | 8397,93 | 7774,28 | 74,14 |
| Процентные расходы | 80,90 | 187,13 | 150,82 | 186,42 |
| Прочие доходы | 458,28 | 3359,80 | 1220,56 | 266,33 |
| Прочие расходы | 584,06 | 928,1 | 1937,51 | 331,74 |

Таким образом, при формировании налога на прибыли учитываются финансовые результаты ПАО «Росгосстрах» по страховой, инвестиционной и прочей операционной деятельности. В результате полученных доходов и расходов в 2019-2021 гг. по страховой и инвестиционной деятельности у страхо-

вой компании сложился положительный финансовый результат, а по прочей операционной деятельности – отрицательный (рисунок 1).



Рис. 1. Доходы (расходы) ПАО СК «Росгосстрах» за 2019-2021 гг. по основным видам деятельности

В результате по налогу на прибыль в 2019 г. был образован доход в размере 196,55 млн. р., а в 2020-2021 гг. – расход в размере 1755,30 млн. р. и 1131,96 млн. р. соответственно (таблица 2).

Таблица 2

Доход (расход) по налогу на прибыль ПАО СК «Росгосстрах» за 2019-2021 гг.

| Наименование показателя | Млн. р. | | | 2021 г. / 2019 г., % |
|---|---------|----------|----------|----------------------|
| | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | |
| Доход (расход) по налогу на прибыль, в том числе: | 196,56 | -1755,30 | -1131,96 | – |
| расход по текущему налогу на прибыль | 579,01 | 490,84 | 662,5 | 114,42 |
| доход (расход) по отложенному налогу на прибыль | 775,58 | -1264,45 | -469,47 | – |

Согласно данным таблицы 2, доходы по налогу на прибыль образовался в результате дохода по отложенному налогу на прибыль в размере 775,58 млн. р. По текущему налогу на прибыль расходы страховой компании увеличились за анализируемый период на 14,42 %.

Самый сложный момент, который возникает при определении страховыми организациями налогооблагаемой базы по налогу на прибыль, это определение суммы расходов на создание страховых резервов. Во-первых, в связи с тем, что определение размера страховых резервов осуществляется на основании актуарных расчетов специалистами-актуариями. Во-вторых, для целей бухгалтерского учета страховые организации формируют страховые резервы по договорам страхования либо в соответствии с нормативными актами, устанавливающими правила формирования страховых резервов (такие резервы будут называться регуляторными), либо в соответствии с принципами наилучшей оценки. Наилучшая оценка страховых резервов - оценка страховой организацией средневзвешенных будущих расходов, с учетом возможности их наступления [2]. Формирование страховых резервов в целях налогового учета осуществляется только на основании нормативных актов. При этом страховые организации, осуществляющие страхование иное, чем страхование жизни, будут применять Положение о правилах формирования страховых резервов по страхованию иному, чем страхование жизни № 558-П, утвержденное Банком России в 2016 году. Для расчета резервов организациями страхования жизни будет применяться аналогичное Положение № 557-П. При этом применение наилучшей оценки резер-

вов не подразумевается. В данном случае, размер оценки резервов в целях бухгалтерского и налогового учета будет отличаться. Формирование страховых резервов, как балансовых показателей, производится на конец отчетного (налогового) периода. При этом сами отчисления в резервы будут считаться расходом, а уменьшение отчислений, а также передача части резервов в перестрахование, будут считаться доходом. На основании полученных результатов о размере страховых резервов в налоговом учете будет признаваться расход или доход [3].

Изменений Банком России правил формирования резервов, параллельно с отсутствием изменений в Налоговом кодексе, привел к возникновению спорных ситуаций. Так, например, согласно Положению 558-П, изменился подход к учету резерва незаработанной премии, в соответствии с которым резерв создается на сумму брутто-премии и увеличивается по сравнению с рассчитываемым ранее нетто-резервом в части фактически полученной суммы взноса, на сумму комиссии, уплачиваемой страховой организацией агенту за посредничество. Эта часть резерва является резервом под выплату комиссии в будущем. Таким образом, аквизиционная часть резерва незаработанной премии и комиссионные вознаграждения могут считаться равнозначными расходами, и признание таких расходов при определении налогооблагаемой прибыли будет противоречить налоговому законодательству [4]. После введения в действие Положений о формировании страховых резервов, каждый год Министерством финансов России рассматривался вопрос учета отчислений в страховые резервы в целях налогообложения прибыли организаций. Так, в Письме Минфина от 18 января 2019 года № 03-03-06/2/2214 в очередной раз сообщили, что страховая организация в данном случае может самостоятельно определить, куда относить затраты. Получается, что, если под расходы создавался резерв, повторно включать соответствующие комиссионные расходы в состав расходов, уменьшающих налогооблагаемую базу, нельзя [5]. Можно рассмотреть новые правила формирования резерва незаработанной премии с другой точки зрения. Первую часть резерва можно считать отчислением в регуляторный резерв (согласно правилам от регулятора), что в целях налогового учета и в соответствии со ст. 294 НК РФ будет признаваться расходом. Вторая часть, агентское вознаграждение, будет также признана расходом, в соответствии с правилами признания расходов по вознаграждению агентов, например, на дату возникновения обязательств за оказание услуги. Наличие подобных неоднозначных ситуаций свидетельствует о том, что необходима доработка действующего законодательства в части налогообложения, например, более детальная проработка классификации доходов и расходов, учитываемых при определении налогооблагаемой базы.

Несмотря на то, что стандарт МСФО 17 «Договоры страхования» обязательно необходимо применять российским страховым организациям, начиная с 1 января 2021 года, редакции Налогового кодекса, вступающих в силу с 1 и 10 января 2021 года, не содержат изменения в отношении статей, определяющих особенности налогового учета в страховых организациях. В связи с этим стоит ожидать дальнейших изменений в нормативно-правых актах в отношении бухгалтерского и налогового учета страховых организаций как от налоговых, так и от надзорных органов, а также разъяснений по возникающим вопросам от Минфина России [6].

Таким образом, основные проблемы порядка формирования налоговой базы по налогу на прибыль это проблемы, связанные с недоработками законодательства, проблемы, связанные с несоответствием бухгалтерского и налогового учётов, а также проблемы, связанные с реализацией регулирующей функции налога на прибыль. Сложным моментом, возникающим при определении страховыми организациями налогооблагаемой базы по налогу на прибыль, является определение суммы расходов на создание страховых резервов.

Список источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2 [Электронный ресурс]: Федеральный Закон от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ // Консультант Плюс: справочная правовая система/ разработ. НПО «Вычисл. Математика и информатика». – М.: Консультант Плюс, 1997-2022. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. – 05.03.2022.

2. Борцов, Д. Б. Переход страховых организаций на отраслевые стандарты бухгалтерского учета и единый план счетов: финансовый результат и налогооблагаемая прибыль / Д. Б. Борцов // Вестник НГУЭУ. – 2019. – №1. – С. 7-12.
3. 30 правилах формирования страховых резервов по страхованию иному, чем страхование жизни [Электронный ресурс]: Положение от 16.11.2016 № 558-П // Консультант Плюс: справочная правовая система/ разработ. НПО «Вычисл. Математика и информатика». – М.: Консультант Плюс, 1997-2022. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. – 05.03.2022.
4. Шац, В. Т. Правовые проблемы налогообложения и налогового администрирования страховой деятельности / В. Т. Шац // Скиф. – 2019. – №5-2 (33). – С. 15-21.
5. Об учете для целей налогообложения прибыли организаций сумм отчислений в страховые резервы [Электронный ресурс]: Письмо Департамента налоговой и таможенной политики Минфина России от 18 января 2019г. № 03-03-06/2/2214 // Консультант Плюс: справочная правовая система/ разработ. НПО «Вычисл. Математика и информатика». – М.: Консультант Плюс, 1997-2022. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. – 05.03.2022.
6. Мьялкина, М. В. Определение налогооблагаемой базы по налогу на прибыль страховых организаций / М. В. Мьялкина // Научно-практические исследования. – 2020. – № 12-3 (35). – С. 26-29.

УДК 33

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ

КИРИЛЛИНА ТАТЬЯНА АЛЕКСАНДРОВНА

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Аннотация: Проведен теоретический анализ и обоснованы практические рекомендации по совершенствованию механизма реализации государственной политики по осуществлению налогового контроля в России в контексте повышения его действенности. Установлено, что рост эффективности налогового контроля требует совершенствования и правового закрепления основных элементов его системы: организационной структуры, методологических основ, информационного, материально-технического и кадрового обеспечения; принципов осуществления; задач и функций; методики проведения налоговых проверок. Выполнение указанных мероприятий должно усилить противодействие уклонению от налогообложения, способствовать формированию доверия к налоговым органам и формированию высокой налоговой культуры общества, что предполагает добровольную уплату налогов, а также противодействие коррупции в налоговой сфере.

Ключевые слова: налоговый контроль, налоговая деятельность, налоговые органы, налоговое законодательство, предпринимательская деятельность, риски, задачи, обязанности.

Abstract: A theoretical analysis is carried out and practical recommendations are substantiated for improving the mechanism of implementation of state policy on tax control in Russia in the context of increasing its effectiveness. It is established that the increase in the effectiveness of tax control requires improvement and legal consolidation of the main elements of its system: organizational structure, methodological foundations, information, logistical and personnel support; principles of implementation; tasks and functions; methods of conducting tax audits. The implementation of these measures should strengthen the fight against tax evasion, contribute to the formation of trust in the tax authorities and the formation of a high tax culture of society, which implies voluntary payment of taxes, as well as combating corruption in the tax sphere.

Key words: tax control, tax activity, tax authorities, tax legislation, entrepreneurial activity, risks, tasks, responsibilities.

Главной потребностью на современном этапе социально-экономического развития России является сбалансирование развития всех подсистем общества, согласование интересов различных слоев населения, формирование экономической основы для обеспечения инкорпорации России к мировой экономической системе. Результат этого обуславливается в частности эффективностью налогового контроля.

Развитие налогового контроля проходило в условиях нестабильности налогового законодательства и негативного отношения налогоплательщиков к своим обязанностям. Кризисные явления в экономике России, финансовая нестабильность субъектов хозяйствования, уменьшение совокупного спроса и налоговых поступлений в бюджет вызвали дискуссию между контролирующими органами и субъек-

ектами хозяйствования. Это негативно повлияло на организацию и действенность налогового контроля со стороны государства. Поэтому необходимо усовершенствование, а также повышение действенности и эффективности налогового контроля.

Налоговый контроль – система мер, принимаемых контролирующими органами с целью контроля правильности начисления, полноты и своевременности уплаты налогов и сборов, а также соблюдения законодательства по вопросам регулирования учета наличности, проведения расчетных и кассовых операций, патентования, лицензирования и другого законодательства, контроль за соблюдением, которого возложен на контролирующие органы [2, с. 446].

Налоговый контроль, являясь разновидностью финансового контроля, характеризуется всеми чертами последнего, базируется на общеэкономических принципах и наравне с другими видами финансового контроля обеспечивает движение публичных средств, принимает участие по формированию совокупного общественного дохода [2, с. 46].

Объектом налогового контроля являются преимущественно денежные отношения, возникающие между субъектами финансовых правоотношений по мобилизации централизованных и децентрализованных фондов средств [6, с. 334].

Предметом налогового контроля выступает первичная документация, регламентирующая движение контролируемых средств [6, с. 334].

Проблематике и направлениям совершенствования налогового контролю посвящены работы таких ученых, как Ю.А. Волкова, К.В. Хмилевская, Б.П. Ярема, В.П. Маринец, Б.А. Карпинский, Н.С. Залущая, А. Скрипник и др.

Налоговый контроль можно рассматривать в двух аспектах: как функцию или элемент государственного управления экономикой и как особую деятельность по соблюдению налогового законодательства. Оба аспекта налогового контроля находятся в неразрывном единстве и непрерывном развитии и совершенствовании. Качество налогового контроля, включающего уровень, полноту, достаточность, порядок исполнения налоговыми инспекторами как субъектами контроля работы с обеспечением его целей, реализации отдельных процедур, является достаточно важным условием эффективности деятельности налоговых служб. Для этого первоочередного решения требуют вопросы оптимизации процедур налогового контроля, повышения качества проведения налоговых проверок и обеспечения контроля за работой налоговых инспекторов.

Необходимо отметить, что налоговый контроль в России характеризуется тенденцией к гармонизации с европейскими требованиями, но темпы реформирования системы администрирования налогов в России являются слишком медленными. Ключевыми дестабилизирующими факторами, влияющими на эффективность налогового контроля, являются следующие: отсутствие комплексных методов оценки и системного мониторинга контрольно-проверочной работы налоговых органов; несовершенное методическое обеспечение процедурных вопросов налогового контроля, низкий уровень его автоматизации; отсутствие подходов к гармонизации взаимоотношений участников контрольно-проверочного процесса; институциональные деформации и перекосы в отношении налоговой культуры, дисциплины и сознания налогоплательщиков вследствие роста налоговой нагрузки и транзакционных расходов в системе администрирования налогов.

При формировании информационной базы налогового контроля необходимо учитывать определенные тенденции экономического развития, которые сложились в России, а именно то, что теневой капитал обслуживает прежде всего сферу обращения, торговую, посредническую и кредитно-банковскую деятельность, где есть возможность получать и легализовать «грязные» деньги. Особое внимание нужно уделять отбору объектов налогового контроля в отраслевом и региональном разрезе.

Актуальными проблемами на сегодня являются: повышение эффективности проведения налоговых проверок, снижение количества ошибок при их проведении и принятия мотивированных решений по их результатам; совершенствование существующих и разработка новых показателей оценки эффективности контрольной работы налоговых органов с помощью которых можно было бы основательно оценить результативность налогового контроля как степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов (например снижение количества фактов уклонений от

налогообложения, росту доли фактически уплаченных налоговых обязательств в бюджет из доначисленных по результатам проверок и т.п.); характеризовать качество контрольно-проверочной работы налоговых органов как показателя восприятия налогоплательщиками форм, методов и способов налогового контроля, используемые субъектами контроля; исследовать факторы влияния на уровень налоговой дисциплины и культуры в обществе; определить положительные и отрицательные стороны контрольной работы, институциональные барьеры и угрозы формального и неформального характера; наметить направления повышения эффективности налогового контроля.

Необходимо решение проблемы – достижение гармонизации отношений между налоговыми органами и налогоплательщиками, установление между ними партнерских основ деятельности. Этого возможно достичь путем совершенствования методов налогового контроля за уменьшения проверок субъектов хозяйствования и повышения их качества; формирование у налогоплательщиков осознание необходимости добровольной уплаты налогов; предварительное и обязательное информирование населения об ожидаемых изменениях в налогообложении. Налоговые правоотношения должны согласовывать интересы как государства, так и плательщиков, стимулировать хозяйственную деятельность товаропроизводителей.

Особое место занимают информационно-коммуникационные технологии, развитие которых должно осуществляться путем привлечения гражданского общества, неправительственных организаций, электронного управления, электронного обучения, электронного здравоохранения, электронной демократии, электронного правительства, электронной экономики для контроля за налогами [4, с. 36].

На эффективность налогового контроля влияет беспристрастность выбора объекта, подлежащего налоговой проверке. После выбора объекта налогового контроля важное значение имеет определение технологии проведения налоговой проверки. Последняя составляющая рабочей документации налогового контроля – это разработка рабочего плана проведения налогового аудита [3, с. 10].

В отношении с общественностью необходимо создать условия для более плодотворного сотрудничества с институтами гражданского общества, проведение общественной экспертизы проектов нормативных и регуляторных документов, привлечения экспертов от общественности для сбалансирования позиций контролирующего органа и бизнеса и получения обратной связи о деятельности органов Государственной фискальной службы. Именно общественные советы при органах Государственной фискальной службы могут стать действенной площадкой для обратной связи и независимого контроля, помогут наладить партнерские отношения с бизнес-структурами и повысить эффективность деятельности службы.

Во взаимоотношениях с налогоплательщиками необходимо проводить разъяснительную работу, усилить консультационно-информационные подразделения для предоставления более качественных консультаций на местах, исключить случаи произвольного толкования норм законодательства и обеспечить постепенную трансформацию службы на консультационно-сервисную.

Необходимо формировать у налогоплательщиков ощущение социальной ответственности и понимания необходимости добровольной уплаты налогов, что может быть достигнуто лишь при условии преобразования службы из фискальной в сервисную, налаживание диалога с представителями бизнеса, соблюдении прав и свобод плательщиков налогов и неуклонного исполнения норм налогового законодательства всеми участниками налоговых отношений, создания равных условий для налогоплательщиков и невозможности привилегированного положения отдельных плательщиков. Для добросовестных плательщиков целесообразным является введение процедур рассрочки платежей, введения процедуры мирового соглашения, поскольку самым важным является задача сохранения бизнеса, рабочих мест.

Одной из форм совершенствования налогового контроля является взаимодействие органов налоговой службы с аудиторскими фирмами при осуществлении проверок. Аудиторы имеют достаточно широкие знания учета, хозяйственной деятельности, практические навыки, что позволит при осуществлении проверок легче и полнее отразить состояние проверяемого объекта.

Было установлено, что уровень добровольного соблюдения налогового законодательства растет за счет действенной разъяснительной работы, направленной на повышение правовой грамотности и

информированности общества. В процессе организации разъяснительной и профилактической работы налоговыми органами должны учитываться особенности психологии современного человека, создавая, в итоге, максимально положительное влияние на нее, как плательщика налогов. Для активизации коммуникации налоговых органов с налогоплательщиками целесообразно конкретизировать регламентированные задачи и функции информационно-коммуникационных подразделений налоговых органов путем дополнения к существующему перечню таких мероприятий по организации и проведению разъяснительной и профилактической работы:

Необходимым является оперативное информирование контролирующими органами налогоплательщиков по вопросам налогового контроля. В частности, освещение в средствах массовой информации объективной и разносторонней информации о деятельности подразделений налогового контроля территориальных налоговых органов, результатов текущего отработки ими субъектов хозяйствования, а также резонансных примеров разрушения теневых схем минимизации налоговых обязательств субъектов хозяйствования (при условии, что такая информация не является коммерческой или служебной тайной), анализ эффективности осуществленных налоговых проверок и обобщение типичных правонарушений, выявленных по их результатам, характеристика мер наказания за совершенные налоговые правонарушения.

Также нельзя отрицать, что отечественная контрольно-надзорная сфера традиционно считается наиболее благоприятной в отношении возникновения коррупции. В связи с этим целесообразна реализация ряда мер преодоления коррупции в налоговых органах. Прежде всего, необходимым является предупреждение коррупционных правонарушений налоговыми инспекторами, в частности путем: обязательного ежегодного представления по месту работы декларации об имуществе, доходах, расходах и обязательствах финансового характера за прошлый год с обязательным указанием в случае наличия у субъекта декларирования или члена его семьи валютного счета в иностранном банке, источников происхождения таких средств; максимальной автоматизации процессов внутри налоговых органов для сведения к минимуму вероятности неправомерного использования служебного положения отдельными работниками; развития электронных сервисов, максимального сокращения персональных контактов между налогоплательщиками и специалистами налоговых органов; обеспечение персональной ответственности руководителей налоговых органов за микроклимат в коллективе и формирование негативного отношения работников контролирующего органа к коррупционным проявлениям.

Выявление и раскрытие коррупционных правонарушений возможно осуществлять путем внутреннего антикоррупционного контроля, периодического проведения специальных проверок в отношении налоговых инспекторов; формирование в налоговых органах антикоррупционной культуры путем активной профориентационной и профилактической работы [1, с. 8].

Необходимо осуществлять координацию по реализации антикоррупционной политики и постоянный мониторинг коррупционной деятельности налоговыми органами, установления лиц, склонных к совершению противоправных деяний, с последующим отстранением потенциальных нарушителей от осуществления контрольно-проверочной работы. Недопустимым является установление плановых показателей поступлений от штрафов по результатам налогового контроля. Целесообразным является введение механизма конфискации в пользу государства незаконно полученного налоговыми инспекторами имущества (пожертвований, ценностей, денежных средств и др). Должна быть усилена защита лиц, информирующих о подозрениях в коррупционных действиях налоговых инспекторов при осуществлении контрольно-проверочной работы.

Нельзя обойти усиления антикоррупционного контроля в отношении высшего руководства налоговых органов, обеспечение бесспорного внесения сведений об всех без исключения лиц, привлеченных к ответственности за совершение коррупционных правонарушений, в государственный реестр лиц, совершивших коррупционные правонарушения для недопущения их к возгоранию любых должностей в сфере государственной службы. Такой реестр целесообразно сделать открытым для общественности.

Кроме того, необходимо ввести политику приоритета предупреждения налоговых правонарушений, а не наказания за их совершение. Определяющими предпосылками противодействия коррупции при осуществлении контрольно-проверочной работы являются: высокий уровень правовой грамотности

налогоплательщиков, в частности их осведомленность о процедуре и правилах проведения документальных проверок; развитие института общественного контроля; формирование общественного неприятия коррупционных проявлений; введение действенных механизмов неуклонного и не выборочного применения антикоррупционного законодательства (без льгот и привилегий в зависимости от имущественного положения, социального происхождения, политической или партийной принадлежности) к налоговым инспекторам, которые совершают противоправную деятельность в процессе проведения контрольно-проверочной работы [7, с. 191].

На пути повышения эффективности администрирования налогов необходимо широко использовать в практической деятельности антикоррупционную стратегию, что, среди прочего, содержит комплекс предложенных мер и рекомендаций по противодействию коррупционным правонарушениям, регламентировала формы реагирования на них, направленные на устранение причин и условий возникновения коррупции, ее предупреждения и профилактики.

Таким образом, в современных социально-экономических условиях рост эффективности налогового контроля требует совершенствования и правового закрепления основных элементов его системы: организационной структуры, методологических основ, информационного, материально-технического и кадрового обеспечения; принципов осуществления; задач и функций; методики проведения налоговых проверок. Выполнение указанных мероприятий должно усилить противодействие уклонению от налогообложения, способствовать формированию доверия к налоговым органам и формированию высокой налоговой культуры общества, что предполагает добровольную уплату налогов, а также противодействие коррупции в налоговой сфере.

Усовершенствованные процедуры налогового контроля будут способствовать уменьшению государственного вмешательства в хозяйственную деятельность и сужению теневого сектора экономики, выполнению налоговыми органами своих контрольных функций в соответствии с требованиями законодательства, налаживанию партнерских взаимоотношений между налоговыми органами и налогоплательщиками. Это положительно повлияет на динамику экономического роста в России и обеспечит социальную стабильность в стране.

Список источников

1. Айтхожина, Г.С. Реформирование налогового контроля в Российской Федерации на современном этапе / Г.С. Айтхожина // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. – 2016. – № 4. – С. 5-10.
2. Аронов, А.В., Кашин, В.А. Налоговая политика и налоговое администрирование: учеб. пособие / В.А. Кашин. – М.: Магистр, ИНФРА-М, 2019. – 544 с.
3. Гордеева, О.В. Малое и среднее предпринимательство: особенности функционирования и налогового регулирования / О.В. Гордеева // Налоги. – 2012. – № 25. – С. 7-12.
4. Горина, С.А. Особенности налогообложения субъектов малого предпринимательства / С.А. Горина // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2018. – № 12. – С. 34-39.
5. Семенова, Е.В. Налоговый контроль в России: проблемы и направления совершенствования / Е.В. Семенова, Д.А. Абальянц, И.С. Черкасская // Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник статей VII Международной научно-практической конференции, Пенза, 05 апреля 2017 года. – Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2017. – С. 35-38.
6. Лебедзевич Я. Теоретико-организационные основы налогового контроля / Я. Лебедзевич // Вестник ЖДТУ. – 2010. – № 2. – С. 344.
7. Щитвинчук И. Налоговый контроль: направления совершенствования / И. Щитвинчук // Вестник ЖДТУ / Экономические науки. – 2015. – № 2. – С. 190-193.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 63 (575.1):338.43

EVOLUTION OF THE ORGANIZATIONAL AND LEGAL BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN THE FIELD OF FISHERIES OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

SALAEV SANATBEK KAMILOVICH,

doctor of economic science, professor

RAJAPOV KHAYRULLA BEKDURDIEVICHhead of HR Department
Urgench State University

Abstract. This article covers the evolution of the organizational and legal basis for the development of SBPE in the field of Fisheries of the Republic of Uzbekistan. Also, in the field of Fisheries of the Republic of Uzbekistan, a holistic system of specific stages of development of the SBPE has been developed.

Key words: small business, private entrepreneurship, fishery, fisheries, aquaculture, fish products, food security, export, gross domestic product, state joint-stock corporation "O'zbalig", processing.

The place and role of small business and private entrepreneurship (SBPE) in raising the socio-economic development to a new, higher level is huge. Among the tested methods of economic development in the world, the most effective and acceptable one is to pave the way for the development of small businesses. The importance of the small business sector in the economy is determined by important factors such as that it provides with a competitive environment in the economy, supplies products and services for large enterprises, creates new jobs and provides with secondary employment, increases the flexibility of the market system, activates the scientific and technical revolution, mobilizes resources for production, and increases the amount of tax revenues, stabilization of population income and welfare level.

After the independence of the Republic of Uzbekistan, the task of creating wider opportunities for the development of private property, entrepreneurship and small business was defined as the most important and strategic directions in the economy.

The development of agricultural and fishery industries is of great importance in the agricultural economy of the Republic of Uzbekistan.

The development of fisheries and aquaculture is important not only for the population of the Republic of Uzbekistan, but also for the population of the whole world, including the future generation, and is an important factor for ensuring food security and the well-being of the population.

In the course of our research, we studied the development of the fishery sector of the Republic of Uzbekistan dividing it into several historical periods.

The 1st stage was the period of stagnation, which included the period from 1991 to 1996. Before Uzbekistan gained independence in 1991, the level of production in the fishery sector was relatively high. After the collapse of the Soviet Union, the number of workers in the fish pond decreased significantly. This

happened for a number of reasons: the emigration of highly skilled professionals, the departure of many of the local professionals engaged in other more profitable activities, as well as the reduction of fish production.

In the first years of our independence, that is, in 1991-1992, Uzbekistan had a high indicator in terms of the amount of cultivated fish, the volume of cultivated fish was 27,200 tons [1].

Since 1993, as a result of the suspension of financing of the fishing industry by the state, a decrease in fish production and a decrease in imports were observed.

Resolution No. 427 of the Cabinet of Ministers was adopted on August 18, 1994 in order to ensure the production and economic independence of the enterprises of the fishing industry, to increase the volume of production and to provide the population of the Republic with fish and fish products to the maximum extent [2]. According to the resolution, the "O'zbaliq" concern for production, processing and sale of fish and fish products under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan was terminated and the state-joint-stock corporation "O'zbaliq" was established. The main tasks and directions of activities of the state joint-stock corporation "O'zbaliq" are as follows:

- meeting the needs of the country's population for a wide range of fish products by increasing its production, as well as at the expense of imports from other countries;
- coordination of the activities of the members of the corporation and other business entities on the production, processing, and sale of fish and fish products;
- development and implementation of programs for the development of the Republic's fishing network;
- organization of work on development of market relations in the fishery sector, transformation of state associations, branch enterprises into open joint-stock companies, collective enterprises and farms;
- implementation of a single scientific, technical and technological policy, study of the domestic and foreign market conditions, implementation of foreign economic activities;
- legal protection and representation of the interests of the participants of the state-joint-stock corporation "O'zbaliq" in state and local authorities and management bodies.

Although the enterprises of the state-joint-stock corporation "O'zbaliq" are taking measures to increase and restore fish stocks in water bodies (fishery basins), the level of knowledge of fish farmers is high due to the exemption from paying fees for fishing licenses and the lack of educational institutions specializing in fish breeding. Due to low wages, the industry does not attract young people due to low wages, and new owners try to retain highly skilled workers through high wages, there has been no development in fisheries.

The 2nd stage is the period of recovery, which includes the period from 1996 to 2008. From 1996 to 2003, a number of reforms were implemented in the fisheries sector. In particular, a number of decrees, decisions and other regulatory legal documents were adopted and put into practice by our state regarding the establishment of the organizational and legal foundations of the fishing industry and its development. In particular, there were created the following normative documents as the Rules of the State Committee for Nature Protection of the Republic of Uzbekistan on "Hunting and Fishing in the Territory of the Republic of Uzbekistan", approved by the State Committee for Nature Protection of the Republic of Uzbekistan on April 15, 1997 and adopted on May 1, 1997; the Resolutions of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan "On measures to improve the use of natural water reservoirs of the Republic of Fisheries and strengthen the protection of fish resources" No. 198 dated May 11, 1998, "On increasing the production of mixed feed for livestock, poultry and fisheries in the period of 1998-2000 and on measures to improve its quality" No. 268 dated June 26, 1998, "On Approving the procedure for attaching and using natural water bodies for fishing in the Republic" No. 277 dated July 2, 1998, "On measures to increase the production of fish and fish products in the Republic of Uzbekistan in the period 1999-2001 and until 2005" No. 344 dated July 14, 1999, "On improving the system of managing fishery sector" No. 268 dated July 6, 2001, "On measures to deepen privatization and de-monopoly in the seaweed industry" No. 350, dated August 13, 2003, the Resolution of the Ministry of Finance of the Republic of Uzbekistan, the State Committee for Nature Protection of the Republic of Uzbekistan, the Ministry of Agriculture and Water Management of the Republic of Uzbekistan "On approval of the regulation on the procedure for calculating and collecting rent for using natural water bodies in fishing enterprises" dated December 30, 2003, No.MYu 1292,, [2]. In addition, within the framework of the UN FAO project, national and international experts have developed normative documents "Aquaculture and fishing development

concept and strategy of Uzbekistan in 2008-2016" [3].

State joint-stock corporation "O'zbalig" was transformed into joint-stock company "O'zbalig" and the Fund for Reconstruction and Development of the Industry was established within it. The Foundation was entrusted with a number of tasks. Including:

- ✓ reconstruction and re-equipment of fishing farms with equipment, creation of modern, export-oriented productions;
- ✓ acclimatization of new types of fish, release of small fish into the basins and implementation of fishery-reclamation works aimed at increasing the productivity of natural water bodies;
- ✓ funding for infrastructure development activities to increase fish production [2].

According to the decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-3594 dated April 11, 2005 "On additional measures to encourage direct private foreign investment", privileges for direct private foreign investments have been introduced in the fish and fish products processing and canning industry.

In order to further de-monopoly the fishing industry and create a competitive environment, privatization and development of private ownership, the fishing industry began to be privatized step by step. However, the fact that aquaculture development was not a priority in Uzbekistan until 2007 led to serious deficiencies in terms of technology, management, education and creditworthiness. From 1991 to 2008, there were no attempts to develop or test new aquaculture systems or technologies for our republic, to adopt new species, to change the old system of extensive technology to intensive.

The 3rd stage is the development period, which includes the period from 2008 to 2016. During this period, a number of works on the development of fisheries were carried out. Projects of fish protection facilities for 2008-2010 have been developed. In order to preserve and breed rare and endangered species of fish in the natural reservoirs of the Republic, to develop technologies for breeding rare and endangered species of fish, as well as to increase the fish resources of the Aydar-Arnasoy lake system, the possibilities of intensive enrichment with fish in the fishery reservoirs, to provide the population with fish products measures for the development and implementation of artificial fish breeding technologies have been developed. These measures were developed on the basis of the Resolution No. 142 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan dated May 27, 2013 "On the program of actions for environmental protection in the Republic of Uzbekistan in 2013-2017". Based on the Resolution PQ-1920 of the President of the Republic of Uzbekistan dated February 14, 2013 "On the State Program of the Year of Prosperity", measures were established to organize at least 30-40 fisheries in each region of the Republic, as a result of which providing with 2.4 thousand tons of fish.

The total volume of fish grown in the Republic of Uzbekistan was 17,234.9 tons in 2011 and this indicator was 59,851.5 tons in 2015. In 2015, compared to 2011, there was an increase of 347 percent.

The 4th stage is the Ascension period, which includes the period from 2016 to the present. During this period, about 20 decrees and resolutions were issued by the Republic of Uzbekistan for the development of the fishing industry, the introduction of foreign technologies and experiences, the provision of high-quality and safe food products to the population, the creation of new jobs, the development of scientific activities in the field, the attraction of foreign investments and other purposes. and other regulatory legal documents were adopted and put into practice. Also, fisheries clusters were established in the fisheries sector. Organized fishing clusters include the development of science in the field of fisheries research, innovative ideas, scientific developments, the development and implementation of modern technologies, the wide application of high-tech equipment for selection and breeding, the selection and breeding of carp, herbivores and other native fish. formation of flocks, increase of modern hatchery capacities for the production of highly productive fish larvae and organization of the breeding of breeder fish, modernization of water bodies, construction and reconstruction of existing hydrotechnical structures, construction of a new complex producing high-protein and full-value feed for fish the task of developing measures to provide practical assistance to the training of students of higher educational institutions, students of vocational and secondary special educational institutions, as well as scientific researchers and fishing experts in the field of breeding, selection and breeding.

In 2016, 4,096 fish farms produced 65,322.1 tons of fish in the Republic, while in 2021, 7,024 fish farms

produced 175,427.2 tons of fish. Compared to 2016, in 2021, the number of fish farms increased by 2928, i.e. by 171.5%, the volume of fish grown by 110105.1 tons, i.e. by 268%.

As a result of the research carried out during our research, we have developed a comprehensive system of specific stages of development of the fishery sector of our Republic (Pic. 1).

There is a real need for implementation of classification of small business and private entrepreneurship in the fisheries sector of our Republic, identification and assessment of development trends, improvement of mechanisms for the development of the sector and determination of priority directions, research of best practices of development of entrepreneurship in this sector in developed countries, solving scientific and practical problems in determining the trends of development of entrepreneurship in the sector.

The 1st stage – recession period (from 1991 to 1996): This period was characterized by the decline of fish farms, the emigration of highly qualified specialists, the departure of most of the local specialists from the fishing industry, as well as the cessation of state funding of the fishing industry from 1993. decline and import reduction, in 1994 the O‘zbaliq concern was liquidated and the Uzballiq state joint-stock corporation was established, the level of education of fish farmers is very low due to the lack of educational institutions specializing in fish farming, the industry does not attract young people due to low wages, the new owners have high work characterized by trying to retain highly qualified employees through salary.

The 2nd stage – recovery period (from 1996 to 2008): reduction of the tax value, approval of measures to improve the use of natural reservoirs of the Republic's fisheries and strengthen the protection of fish resources, to increase the preparation of mixed feed for fisheries and to improve its quality, to increase the production of fish products establishment of complex measures, improvement of the management system of the fishing network, deepening of privatization processes of fisheries and fishing enterprises, formation of a competitive environment, technical re-equipment of network enterprises, attraction of foreign investments, liquidation of “O‘zbaliq” joint-stock company, full privatization of fishing and fishing enterprises of the fishing industry and their transformation into private ownership, direct private contribution to the industry of fish and fish products processing and canning It is characterized by the introduction of incentives for private investments.

The 3rd stage (from 2008 to 2016): This period includes the development of projects for fish protection facilities for 2008-2010, the development of technologies for the reproduction of rare and endangered species of fish, the development of fish resources in the Aydar-Arnasoy lake system, fishery water It is characterized by the establishment of at least 30-40 fishing farms in each region of the republic in 2013 in the state program of the Year of “Prosperous Life”.

The 4th stage is the period of growth (from 2016 to the present): This period is characterized by the establishment of the “O‘zbekbaliqsanoat” association, the comprehensive development of the fishing industry, the effective organization of fishing, fish breeding and hunting, the introduction of new technologies into this industry and the attraction of preferential credit resources, the development of the program of measures for the comprehensive development of the fishing industry and the development of the target parameters of the development of the fishing industry, the increase of the volume of fish farming, the deepening of economic reforms in this field, the organization of the systematic introduction of the positive experience of foreign countries and the adoption of innovative technologies of intensive fish farming, the organization of fishing clusters establishment of fish breeding technology on a scientific basis, further improvement of the activities of the Fisheries Scientific Research Institute and international cooperation with leading scientific research institutions of foreign countries.

Pict. 1. Stages of development of SPBE in the fisheries sector of the Republic of Uzbekistan

The emphasis of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoev in the meeting held on December 20, 2021 as “The increase in food prices in the world, inflation threats clearly show that food safety will be the most urgent issue in the coming year. Therefore, regional governors should analyze the situation of fish farming in their territory and systematically engage in creating all the conditions for entrepreneurs and households” [4] regarding measures to ensure food safety, to develop the fishing industry as one of the important areas of work in this regard, and to increase the efficiency of fish farming based on cooperation, indicates that great work will be done in the fisheries sector in the future.

References

1. Shohimardonov D.R. Development of Fisheries in the Regions. – Tashkent, 2010. – P. 82.
2. <https://lex.uz/uz/>. National database of legislative information of the Republic of Uzbekistan.
3. Kholmirezayev D. et al. Basics of Fishing. Study guide for vocational colleges. –Tashkent: ILM ZIYO, 2016. – 248 p.
4. Newspaper “Xalq soʻzi”, #272 (8052), December 21, 2021.
5. <http://www.stat.uz/uz/> Website of the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan.

УДК 339.7

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГРУППЫ ВСЕМИРНОГО БАНКА

ЗУЕВА ВАЛЕРИЯ ВАЛЕРЬЕВНА,
ЮНИЦКАЯ ТАТЬЯНА СЕРГЕЕВНА

студенты

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: в статье рассматривается деятельность Группы Всемирного банка в отношении пандемии коронавирусной инфекции, потрясшей мировое сообщество, и последствия которой оставили неизгладимый след на состоянии социально-экономического развития государств, а также критика в отношении эффективности прилагаемых организацией усилий и направлений работы.

Ключевые слова: Группа Всемирного банка, эффективность деятельности, пандемия коронавирусной инфекции, критика и неоднозначность мнений.

THE PERFORMANCE OF THE WORLD BANK GROUP

Zueva Valeria Valeryevna,
Yunitskaya Tatiana Sergeevna

Abstract: the article examines the activities of the World Bank Group in relation to the coronavirus pandemic which shocked the world community and the consequences of which left an indelible mark on the state of socio-economic development of states, as well as criticism of the effectiveness of the organization's efforts and areas of work.

Key words: World Bank Group, performance, coronavirus pandemic, criticism and ambiguity of opinions.

Основным ударом по экономике стран всего мира стала пандемия коронавирусной инфекции, начавшаяся в 2019 году. Государства столкнулись с рядом проблем, которые были вызваны неготовностью принятия необходимых ответных мер и обеспечению стабильности в условиях непредвиденной ситуации. Группа Всемирного банка на протяжении всего периода оказывала наиболее масштабную антикризисную политику, выделяя средства для поддержания стран и проводя собственный мониторинг ситуации, что позволило создать ряд рекомендаций, применение которых способно снизить риск ухудшения положения в мировом сообществе [1].

Для улучшения состояния экономик развивающихся стран и обеспечения необходимых мер по реагированию на вызовы со стороны вируса, улучшению работы эпидемиологического надзора и состояния системы здравоохранения, а также поддержка частного сектора для сохранения рабочих мест населения Группа Всемирного банка в течение ближайшего года планирует выделить до 160 млрд долларов [1]. По оценкам экспертов, такие заимствования помогут защитить беднейшие слои населения, а также поддержать предпринимателей, что в совокупности позволит минимизировать риски, связанные с обвалом экономики.

Роль мирового опыта организации в разрезе функционирования возникшей ситуации заключается в обеспечении своевременного эффективного реагирования на вызовы COVID-19, а также обеспечении процесса работы в рамках институциональных реформ, которые реализуют необходимую помощь государствам по борьбе с возникшей нестабильностью, нехваткой необходимых ресурсов и меняющимся спросом на ряд потребностей в предоставлении услуг.

Опыт, полученный в рамках пандемии, состоит в том, что меньше всего пострадали страны, в которых развита мощная и гибкая система гражданской службы, включающая в себя управление корпо-

ративными рисками и возможность дать немедленный ответ на вызовы в виде чрезвычайных обстоятельств. Кроме того, важную роль занимает и процесс закупок, который обеспечивается разумной проводимой политикой государства. Группа Всемирного банка работает над оказанием необходимой помощи в вопросах приобретения жизненно необходимых товаров и обеспечения важных услуг, что, в свою очередь, играет важную роль для смягчения последствий пандемии. Благодаря поддержке организации государства создают действенные, открытые и инклюзивные общественные институты, способствующие успешному восстановлению. После ликвидации данных последствий страны смогут направить свои силы на реализацию основных миссий Группы Всемирного банка – обеспечение благосостояния для всех и борьба с нищетой [2].

В основе антикризисных мер со стороны международной организации лежат три этапа: облегчение ситуации, реструктуризация экономик и обеспечение устойчивого восстановления [3]. Группа Всемирного банка акцентирует внимание на четырех важных аспектах [4]:

1. Работа с политической сферой, посредством которой укрепляется положение институтов и обеспечивается поддержка для стабильного восстановления после пандемии.
2. Предоставление консультационных услуг и мер финансовой поддержки с целью сохранения рабочих мест и минимизации кризисных проявлений.
3. Поддержание продовольственных поставок и обеспечение наиболее бедного слоя населения стабильным доходом, а также расширение рынка труда для повышения уровня занятости среди бедных домохозяйств.
4. Обеспечение населения необходимыми медикаментами и медицинскими услугами с целью минимизации распространения инфекции и сохранению жизней.

Кроме того, Группа Всемирного банка действует не только в качестве международного института, деятельность которого направлена на помощь всему миру, но и как отдельная организация, которая особенно заботится о своих сотрудниках даже в условиях нестабильности и кризиса. Так, например, судя по ежегодным отчетам, штат сотрудников не был сокращен – напротив, количество рабочих мест только увеличилось. Кроме того, организация уделяла повышенное внимание психологическому состоянию сотрудников и предпринимало ряд мер для поддержания их безопасности и здоровья [5].

Деятельность Группы Всемирного банка часто подвергается критике несмотря на происходящую модернизацию существующей структуры и функций организации. Так, например, после принятия документа о целях устойчивого развития на период 2016–2030 годов учреждение поставило перед собой цель активизации собственной деятельности для достижения желаемого, даже несмотря на то, что для реализации задуманного необходимо, в первую очередь, преодолеть ряд трудностей. Однако успешность проводимых Всемирным банком проектов ставится под сомнение.

Лауреат Нобелевской премии по экономике и по совместительству бывший главный экономист данной международной организации является одним из активных представителей критикующей стороны. Джозеф Стиглиц считает, что проводимая Всемирным банком политика в отношении развивающихся стран является неэффективной. Он подчеркивает, что если бы по этому пути следовали США в свое время, то ни о каком экономическом росте и не могло идти речи. Кроме того, экономист обращает внимание на то, что Россия в течение определенного времени терпела падение реальных доходов населения, послушавшись представителей Группы Всемирного банка, в то время как Китай, проигнорировав выдвинутые предложения, в настоящее время испытывает стабильный экономический подъем.

Кроме того, исследовательский центр Heritage Foundation утверждает, что в 39 государствах, которые получили поддержку от Группы Всемирного банка, показатель валового внутреннего продукта уменьшился, в 17 странах прирост был крайне невысок (до 1%), а в 33 государствах рост считался умеренным (до 4%). Только 12 государств смогли добиться успехов и обеспечить стабильное экономическое развитие. В Африке, например, лишь 3 государства смогли использовать полученную помощь с достижением положительных результатов, тогда как в 23 странах континента наблюдался спад экономики.

В настоящее время одним из самых ярких критиков деятельности Группы Всемирного банка является Радж Патэл – американский деятель, некогда работавший в данной международной организации. Академик по сей день пишет провокационные статьи, записывает видео и аудио подкасты, осуж-

дая деятельность и подходы Всемирного банка, а также считая происходящее нонсенсом. Так, например, еще в 2010 году Радж Патэл выложил статью, заголовок которой гласит: «Всемирный банк о захвате земель: «Это все хорошо, если вы не африканец, женщина, лишены власти или бедны».

Список источников

1. COVID-19 / Governance // The World Bank [Сайт] – Режим доступа: URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/governance/coronavirus> (23.01.2023)
2. Горда А. С. Функционирование международных финансовых организаций в условиях глобальной экономической нестабильности // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции – 2020. – №2. – С. 47–55.
3. Асон Т. А. Международный валютный фонд и Всемирный банк в условиях трансформации мирового баланса сил // Вектор экономики – 2017. – 3 (9). – С. 40–48.
4. Christopher Humphrey All Hands on Deck: How to Scale Up Multilateral Financing to face the Covid-19 Crisis / Public Finance // Overseas Development Institute – 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://odi.org/en/publications/all-hands-on-deck-how-to-scale-up-multilateral-financing-to-face-the-covid-19-crisis/> (24.01.2023)
5. Simon Maxwell What future for the World Bank? / Public Finance // Overseas Development Institute [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://odi.org/en/insights/what-future-for-the-world-bank> (24.01.2023)

© В.В. Зуева, Т.С. Юницкая, 2023

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 353.2

СНИЖЕНИЕ АДМИНИСТРАТИВНОГО ДАВЛЕНИЯ НА БИЗНЕС В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА: БАЛАНС ИНТЕРЕСОВ

КРУПЧАК ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА

магистрант

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Аннотация: В данной статье рассматриваются вопросы снижения административной нагрузки на бизнес в сфере жилищно-коммунального хозяйства. В рамках исследования проведен анализ показателей Индекса «Административное давление – 2022», а также показателей рейтинга инвестиционной привлекательности. Показатели рассматриваются на примере Свердловской области, в которой органом, осуществляющим контрольную (надзорную) деятельность в сфере жилищно-коммунального хозяйства, является Департамент государственного жилищного и строительного надзора Свердловской области. По результатам исследования подготовлены предложения по совершенствованию расчета показателей Индекса с учетом региональных особенностей и сферы деятельности.

Ключевые слова: административное давление, жилищно-коммунальное хозяйство, индекс административного давления, инвестиционная привлекательность, контрольные (надзорные) органы, граждане.

REDUCING ADMINISTRATIVE PRESSURE ON BUSINESS IN THE FIELD OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES: BALANCE OF INTERESTS

Krupchak Tatiana Vladimirovna

Abstract: This article discusses the issues of reducing the administrative burden on business in the field of housing and communal services. The study analyzed the indicators of the Index «Administrative Pressure – 2022», as well as indicators of the investment attractiveness rating. The indicators are considered on the example of the Sverdlovsk region, in which the Department of State Housing and Construction Supervision of the Sverdlovsk region is the body carrying out control (supervisory) activities in the field of housing and communal services. Based on the results of the study, proposals have been prepared to improve the calculation of the Index indicators, taking into account regional characteristics and scope of activity.

Key words: administrative pressure, housing and communal services, administrative pressure index, investment attractiveness, control (supervisory) authorities, citizens.

Контрольная (надзорная) деятельность региональных органов государственной власти направлена на предупреждение, выявление и пресечение нарушений обязательных требований, а также защиту прав и законных интересов жителей региона [1]. Вследствие проведения мероприятий по контролю (надзору) органы влияют на осуществление предпринимательской деятельности в регионе и уровень его инвестиционной привлекательности.

Уполномоченным при Президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей

совместно с Институтом экономики роста им. П.А. Столыпина ежегодно подготавливается Индекс «Административное давление», в котором рассчитываются следующие показатели [2]:

P1 – доля предупреждений от общего числа наказаний (снижение репрессивности контрольной (надзорной) деятельности);

P2 – доля предпринимателей, подвергнутых контролю, от общего числа подконтрольных лиц (эффективность внедрения риск-ориентированного подхода);

P3 – доля профилактических мероприятий от общего числа контрольных (надзорных) мероприятий и профилактических мероприятий.

Индекс отражает характер работы контрольно-надзорных органов по отношению к предпринимателям и позволяет формировать предложения по улучшению правоприменительной практики и работы контрольно-надзорной деятельности.

Индекс «Административное давление – 2022» с подготовлен для 85 субъектов Российской Федерации на основе данных за 2021 год с учетом данных всех уполномоченных по защите прав предпринимателей, территориальных органов федеральных органов власти, Минэкономразвития России, Росстата России и данных судебной статистики Российской Федерации [2].

Рассмотрим показатели индекса в сфере жилищно-коммунального хозяйства на примере Свердловской области. По итогам Индекса «Административное давление – 2022» Свердловская область вошла в топ-20 рейтинга, поднявшись в сравнении с 2021 годом на 10 строчек, с индексом 3,5 [2].

Органом, осуществляющим контроль (надзор) в сфере жилищно-коммунального хозяйства в Свердловской области, является Департамент государственного жилищного и строительного надзора Свердловской области [5]. Надзорные полномочия, возложенные на орган контроля (надзора), направлены на предупреждение, выявление и пресечение нарушений, допускаемых в ходе осуществления деятельности лицами, оказывающими услуги в сфере жилищно-коммунального хозяйства.

В ходе анализа значений показателя P1 – доля предупреждений от общего числа наказаний установлено следующее. Согласно формуле, приведенной в Индексе, показатель P1 рассчитывается на основании Формы № 1-контроль «Сведения об осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля», утвержденной Приказом Росстата от 21.12.2011 № 503. При этом, сведения о региональном государственном лицензионном контроле за осуществлением предпринимательской деятельности по управлению многоквартирными домами отражаются в отчете по форме федерального статистического наблюдения № 1-лицензирование «Сведения об осуществлении лицензирования», утвержденной приказом Росстата от 30.03.2012 № 103, которая, согласно Индексу, не является источником данных для расчета показателей. Таким образом, рассчитываемый показатель не может являться в полной мере обоснованным. Кроме того, при расчете показателя P1 необходимо учитывать долю влияния органов контроля (надзора) в сфере жилищно-коммунального хозяйства на его формирование. Так, согласно данным государственной информационной системы жилищно-коммунального хозяйства из общего количества вынесенных постановлений в 2022 году о назначении административного наказания в виде штрафа (305 штук) на долю Департамента государственного жилищного и строительного надзора Свердловской области приходится только 50% (154 штрафа), 50% постановлений о назначении административного наказания в виде штрафа выносятся судебными органами [4]. При этом возбуждение дела об административном правонарушении при его выявлении является обязанностью надзорного органа в силу закона, при несоблюдении которой к надзорным органам применяются меры прокурорского реагирования.

В ходе анализа значений показателя P2 установлено, что его расчет также осуществляется на основании формы № 1-контроль, а сведения о региональном государственном лицензионном контроле за осуществлением предпринимательской деятельности по управлению многоквартирными домами не учитываются.

Кроме того, доля предпринимателей, подвергнутых контролю, от общего числа подконтрольных лиц, рассчитывается и в рейтинге состояния инвестиционного климата, проводимым Агентством стратегических инициатив [3]. В данном рейтинге Свердловская область входила в ТОП-20 регионов в 2018 году (20 место), с 2019 года регион не выходит в топ.

Департамент государственного жилищного и строительного надзора Свердловской области является одним из ответственных органов за достижение указанного показателя. Показатель Б2.6 рейтинга «Доля организаций и индивидуальных предпринимателей, подвергнутых контролю и надзору, от общего числа подконтрольных» – это статистический показатель по мониторингу эффективности внедрения риск-ориентированного подхода, источником данных которого является форма 1-контроль, также как и при расчете индекса «Административное давление», при расчета показателя Б2.6 не учитываются данные формы 1-лицензирование.

Кроме того, в рамках рейтинга оценивается и показатель Б.2.2 «Среднее количество контрольно-надзорных мероприятий (проверок, административных расследований, допросов, опросов и других юридически значимых мер), проведенных в отношении одного юридического лица, индивидуального предпринимателя». Показатель формируется по данным опроса респондентов, осуществляющих деятельность на территории региона. Таким образом, чем больше взаимодействий с контролируемыми лицами совершает орган, тем хуже показатель Б.2.2 рейтинга. Тем не менее, по мнению контролируемого лица проведение профилактического мероприятия тоже может быть взаимодействием и брать за основу исключительно данные опроса респондентов не целесообразно.

Проанализируем показатель Р2 индекс «Административное давление» по данным о количестве проведенных контрольных (надзорных) мероприятий, размещенным на официальном сайте Департамента государственного жилищного и строительного надзора Свердловской области (табл. 1) [5].

Таблица 1

Анализ проведенных контрольных (надзорных) мероприятий

| Год | Общее количество подконтрольных Департаменту субъектов, шт. | Количество проверенных Департаментом субъектов, шт. | Доля организаций, подвергнутых контролю и надзору, от общего числа подконтрольных, % |
|------|---|---|--|
| 2018 | 2960 | 1689 | 57% |
| 2019 | 3267 | 1775 | 54,3% |
| 2020 | 3582 | 579 | 16,1% |
| 2021 | 4180 | 1049 | 25% |
| 2022 | 3237 | 382 | 11,8% |

С 2022 года деятельность контрольных (надзорных) органов регулируется Федеральным законом «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации», которым закреплён приоритет проведения профилактических мероприятий, направленных на снижение риска причинения вреда (ущерба), по отношению к контрольным (надзорным) мероприятиям. В связи с чем, количество проверенных органом контроля (надзора) субъектов снизилось. Снижение также связано с введенным Правительством Российской Федерации мораторием на проведение контрольных (надзорных) мероприятий, ввиду чего оценить эффективность применения новых принципов законодательства в настоящее время затруднительно.

Показатели Индекса не учитывают особенности осуществления надзора в сфере жилищно-коммунального хозяйства, установленные требованиями действующего законодательства, согласно которым одним из оснований для проведения контрольного (надзорного) мероприятия является поступление обращений граждан, информации от государственных органов, органов местного самоуправления, из средств массовой информации.

Согласно данным, размещенным на официальном сайте Департамента государственного жилищного и строительного надзора Свердловской области, количество обращений в сфере жилищно-коммунального хозяйства за период с 2017 по 2022 годы не уменьшается, а, следовательно все без исключения обращения подлежат обязательному рассмотрению, а при наличии оснований в том числе и путем проведения контрольных (надзорных) и профилактических мероприятий (табл.2) [5].

Таблица 2

Количество поступивших обращений в орган контроля (надзора)

| Год | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Обращения граждан, шт. | 34 262 | 29 581 | 32 571 | 26 070 | 30 547 | 26 523 |

Рассмотрение обращений посредством проведения профилактических мероприятий с целью выполнения показателя РЗ Индекса возможно, но по результатам профилактического мероприятия невозможно выдать предписание об устранении нарушений обязательных требований, а исполнение выданных предостережений полностью зависит от добросовестности контролируемого лица. Таким образом, снижение административной нагрузки на бизнес в сфере жилищно-коммунального хозяйства может спровоцировать рост обращений от граждан – пользователей жилищно-коммунальных услуг, в том числе по вопросам защиты прав потребителей.

Надзорные органы фактически находятся в ситуации где с одной стороны необходимо снижать индекс административного давления путем снижения количества надзорных мероприятий, а с другой стороны необходимо обеспечить соблюдение обязанностей, установленных нормами действующего законодательства, в том числе направленных на защиту прав, а также на предотвращение угрозы жизни и здоровью граждан, нарушение и несоблюдение которых приведет к росту социальной напряженности.

Учитывая изложенное, для расчета показателей необходим комплексный подход к определению уровня административного давления с учетом особенностей каждого региона: количества поступающих обращений; количества управляющих организаций; количества многоквартирных домов, расположенных на территории региона. Только с учетом всех факторов, оказывающих влияние на деятельность контрольного (надзорного) органа, и их комплексного анализа можно установить допустимый уровень административного давления на бизнес, обеспечив баланс между интересами бизнеса и конституционными правами граждан.

По результатам анализа Индекса «Административное давление» в сфере жилищно-коммунального хозяйства на примере Свердловской области предлагается:

1. Дополнить источники данных для расчета показателей статистическими данными, охватывающими всю сферу контрольной (надзорной) деятельности органов контроля (надзора).

В соответствии с требованиями Приказа Росстата от 21.12.2011 № 503 «Об утверждении статистического инструментария для организации Минэкономразвития России федерального статистического наблюдения за осуществлением государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» в отчет по форме № 1-контроль органом суммарно включаются сведения о жилищном, строительном и долевым надзорах, разделение сведений по видам надзора данной формой не предусмотрено.

Сведения о лицензионном контроле отражаются в отчете по форме федерального статистического наблюдения № 1-лицензирование «Сведения об осуществлении лицензирования», утвержденной приказом Росстата от 30.03.2012 № 103, которая, согласно Индексу, не является источником данных для расчета параметров административного давления;

2. При расчете показателей использовать только официальные статистические данные органов контроля (надзора), в том числе определить порядок их применения в случае осуществления органами контроля (надзора) нескольких видов надзора. Официальные статистические показатели деятельности контрольных (надзорных) органов находятся в открытом доступе на портале государственной автоматизированной информационной системы «Управление» (<https://gasu.gov.ru>).

3. При определении позиций субъекта Российской Федерации в Индексе учитывать особенности осуществления предпринимательской деятельности в соответствующей сфере.

Список источников

1. О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.2020 № 248-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358750/ (07.10.2022).

2. Приложение к докладу Президенту Российской Федерации Индекс «Административное давление – 2022» [Электронный ресурс] – Официальный интернет-портал Института экономики роста им. Столыпина П.А. – URL: <https://stolypin.institute/research/our/indeks-administrativnoe-davlenie-2022> (09.10.2022).

3. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс] – Официальный интернет-портал Агентства стратегических инициатив – URL: https://asi.ru/government_officials/rating/ (12.10.2022).

4. Государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства [Электронный ресурс] – URL: <https://dom.gosuslugi.ru/#!/public/rap-rp> (15.10.2022).

5. Официальный сайт Департамента государственного жилищного и строительного надзора Свердловской области [Электронный ресурс] – URL: <https://nadzor.midural.ru/> (15.10.2022).

© Т.В. Крупчак, 2023

UDC 33

TRANSFORMATION OF ECONOMIC TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF LOCAL SOCIO-ECONOMIC STRUCTURES

RASULOV OTABEK SALIMOVICHIndependent Researcher,
Fergana Polytechnic Institute,
Fergana, Uzbekistan

Abstract. Today, in our country, comprehensive measures are being implemented to organize the rapid implementation of entrepreneurial initiatives and projects, to establish a system of communication with the population, to increase the standard of living and employment of the population, to ensure the rapid and comprehensive socio-economic development of territories, to increase the personal responsibility of the heads of local executive authorities. This article examines the trends in the economic development of local socio-economic structures in the present, in our republic. Analysis of changes in them, mechanisms of local socio-economic development management, stages of development and measures to adapt the regional economy to modern conditions were discussed.

Key words: socio-economic development, self-governing bodies, municipal administration, development, mahalla.

Introduction

The most important condition for the development of market relations in the economy by world standards requires the formation of multi-unit structures in the regions, improvement of the management system, and expansion of the possibilities of using economic methods of economic management. The development of a program to further increase the well-being of the population and substantiation of the criteria for managing the socio-economic development of the area constitutes the methodological basis of the research. In this context, it is necessary to develop ways and means to ensure that the population's well-being is qualitatively raised to a new level. The transformation of the socio-economic system in our country should be based on a reasonable combination of market and administrative methods of managing the national economy, which ensures its functioning and development in modern conditions [1].

Consistent work is being done to solve serious systemic problems in the socio-economic sphere, which have accumulated for a long time in our country, to ensure a decent life for the population and to create conditions for encouraging entrepreneurship. Consistent work is being done to solve serious systemic problems in the socio-economic sphere, which have accumulated for a long time in our country, to ensure a decent life for the population and to create conditions for encouraging entrepreneurship. At the same time, in the activities of the ministries and agencies responsible for the development of specific sectors of the economy and social spheres, there is no vision of the long-term development of the sector or sector entrusted to it, an initiative in the development of measures to solve problems in the economy and social sphere not noticeably. At the same time, in the activities of the ministries and agencies responsible for the development of specific sectors of the economy and social spheres, there is no vision of the long-term development of the sector or sector entrusted to it, the initiative in the development of measures to solve problems in the economy and social sphere not noticeably [2].

In addition, insufficient attention is paid to ensuring a qualitative and comprehensive expert-analytical

study of the draft documents being prepared, and to assessing their possible consequences. In addition, insufficient attention is paid to ensuring a qualitative and comprehensive expert-analytical study of the draft documents being prepared, and to assessing their possible consequences. In the activities of some ministries and agencies, the old-fashioned approaches of promoting departmental and sectoral interests without taking into account the interests of the population and business entities, the needs of the economic and social sphere, are preserved. In the activities of some ministries and agencies, the old-fashioned approaches of promoting departmental and sectoral interests without taking into account the interests of the population and business entities, the needs of the economic and social sphere, are preserved.

To fundamentally increase the quality of the initiatives being developed for the reform of the socio-economic sector, the effectiveness of the reforms, to direct the research to the realization of the priority directions of the reforms, and to develop and implement the measures of the socio-economic policy of the country. To increase their role, the Centre for Economic Research and Reforms under the Administration of the President of the Republic of Uzbekistan was established. Its main tasks are as follows:

- to develop proposals on the strategic directions of deepening socio-economic reforms, in particular, on the improvement of management in the economy, finance, entrepreneurship and social sphere, taking into account the practices that have been thoroughly studied, including those that have been successfully tested in developed foreign countries conducting analytical and practical research;

- to develop proposals on the strategic directions of deepening socio-economic reforms, in particular, on the improvement of management in the economy, finance, entrepreneurship and social sphere, taking into account the practices that have been thoroughly studied, including those that have been successfully tested in developed foreign countries conducting analytical and practical research;

- introduction of effective intersectoral and interdepartmental cooperation of state bodies, civil society institutions, business entities and other interested parties to develop measures to solve important systemic problems in the economy and social sphere, taking into account the impact of global and regional risks;

- introduction of effective intersectoral and interdepartmental cooperation of state bodies, civil society institutions, business entities and other interested parties to develop measures to solve important systemic problems in the economy and social sphere, taking into account the impact of global and regional risks;

- to effectively mobilize, combine and rationally use the resources and funds of state bodies and organizations to solve important issues of socio-economic development or to find the most optimal ways to implement priority strategic tasks;

- to effectively mobilize, combine and rationally use the resources and funds of state bodies and organizations to solve important issues of socio-economic development or to find the most optimal ways to implement priority strategic tasks;

The separation of resourceful and strategic groups with appropriate characteristics in the elements of management of socio-economic development of local structures predetermines the need to form and improve at least two main mechanisms of management. One of them can be by creating an effective institutional basis for the management system of the socio-economic development of the entire local structures, the involvement of local self-government agencies and the constructive interaction with society and business, and continuous mutual control, which corresponds to the requirements of the concept of "ownership of the city", and the other - ensures the long-term effective development of the municipality.

Public responsibility should remain the first such mechanism, which represents a complex institutional structure, in which the main parties are to meet the needs of the population for social benefits with the available resources and perform the tasks and functions of local self-government by the requirements of the time. The main parties are the municipal community, business and local self-government agencies, which provide, as well as openly report on their activities, and face appropriate consequences in the event of insufficient performance of their duties [6, 7].

The system of this mechanism is considered a solution. It has a complex structure made up of information-communication and control instruments aimed at different fields, limited resources and the need for their effective use, and a time aspect that is important within the implementation of the second main mechanism related to the strategic aspect. The complexity and multifaceted effect of the proposed mechanism of

public responsibility, including its influence on other mechanisms and instruments, is the institutional basis of the system of managing the socio-economic development of all local structures, and its principles are put into operation of the entire management process. It seems appropriate to consider it as a separate requirement. The strategic planning system is considered the second important mechanism for managing the socio-economic development of local structures, and it can be considered as an institutional innovation at the municipal level, allowing the use of scenarios, it justifies a new view of the place of municipal management in the entire system of territorial management of the country [8].

In this case, this mechanism should be based on the principles of public responsibility, which allows it to take into account the interests of local structures in determining the goals and tasks of the long-term development of local structures. In addition to the two mentioned mechanisms, it seems appropriate to distinguish the monitoring system as an independent mechanism, as it evaluates the results of the socio-economic development of local structures in different periods and implements other management mechanisms and instruments, provides necessary information for the application.

It should be said that one of the forms of implementation of regional policy is the targeted programs of the state for the socio-economic development of regions. Development and implementation of investment projects in the country are the ways of addressing the direct participation of the state in the development of the regional economy and social sphere objects. The budget system is the main economic mechanism of state regulation of regional development.

In our opinion, state regulation of the economic and social development of regions is an important component of state economic policy, and the economic development of regions is the basis of the economic development of the country. Regulating the socioeconomic development of the regions, raising the standard of living of the population under the influence of the state, regulating the free activity of economic entities of all forms of ownership, and general macroeconomic (tax-budget, finance-credit), social, environmental, structural-investment, foreign economic policy and institutional structure finds its expression in changes. It is worth mentioning that during the entire period of transition to market relations in our country, depending on the tasks of each stage, the demands placed on the republican and regional management bodies in the implementation of economic reforms, the assessment of their role and place changed accordingly. If in the first years of the implementation of fundamental economic reforms, the main role in the implementation of the principle of "the State is the main reformer" belonged to the central republican bodies, then in the second stage, the main thrust of the reforms passed to the level of regional state administration bodies. The implemented economic reforms significantly changed the rights and duties of republican and regional bodies.

References

1. Frolova, O.Y., Fomina, L.V. and Shmeleva, Z.N., 2020, August. The importance of the agrarian sector in the socio-economic systems development: methodological aspect. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 548, No. 2, p. 022023). IOP Publishing.
2. Ortiz, W., Dienst, C. and Terrapon-Pfaff, J., 2012. Introducing modern energy services into developing countries: the role of local community socio-economic structures. *Sustainability*, 4(3), pp.341-358.
3. Lazarev, I.A., Khizha, G.S. and Lazarev, K.I., 2010. New information economy and network mechanisms of development. 240 с.
4. Lapaeva M.G. 2009. Management of the socio-economic development of the region in the conditions of the formation of the network economy: monograph. IPK GOU OSU, 268 p.
5. V.I. Vidyapina, M.V. Stepanova. 2008. Regional economy. Moscow: INFRA, 686 p.
6. Salimovich, R.O., 2022. The theoretical basis of the organization of management system of socio-economic development of the municipal structure. *World Bulletin of Management and Law*, 17, pp.148-153.
7. Коробова, О.В., Герасимов, Б.И. and Быковский, В.В., 2002. Региональная экономика: реструктуризация системы управления развитием региона. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, p.14.
8. Сергеев, М.А., Пыхова, И.А. and Деменев, А.И., 1985. Региональная экономика и закономерности ее развития. Наука. С. 10.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

ФАКТОРИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

БЕЛЕЦКАЯ МАРИНА ОЛЕГОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

*Научный руководитель: Латышева Людмила Анатольевна**к.э.н., доцент**ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»*

Аннотация: в статье рассмотрена основная роль факторинга в финансово-хозяйственной деятельности компаний малого и среднего бизнеса. Выделены основные преимущества использования данного вида финансирования на сегодняшний день, а также основные тенденции развития финансового рынка посредством осуществления поддержки малого бизнеса.

Ключевые слова: Факторинг, малый и средний бизнес, оборотный капитал, фактор, финансирование, предпринимательство, факторинговые услуги.

FACTORING AND ITS IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN RUSSIA

Beletskaya Marina Olegovna*Scientific adviser: Latysheva Lyudmila Anatolyevna*

Abstract: The article considers the main role of factoring in the financial and economic activities of small and medium-sized businesses. The main advantages of using this type of financing today are highlighted, as well as the main trends in the development of the financial market through the implementation of small business support.

Key words: Factoring, small and medium business, working capital, factor, financing, entrepreneurship, factoring services.

В современном мире уже достаточно продолжительный период времени во многих странах с развитой экономикой малый и средний бизнес выступает в качестве ключевого фактора, обеспечивающего экономический рост и стабильность развития государства путем создания новых рабочих мест, обеспечения высокого уровня занятости и, как следствие, повышение конкурентоспособности экономики в целом. Именно поэтому на сегодняшний день государственная политика Российской Федерации направлена в том числе и на оптимизацию и развитие сегмента малого и среднего бизнеса.

Поскольку большая часть предприятий малого и среднего бизнеса представлена в качестве компаний, осуществляющих деятельность в отрасли розничной и оптовой торговли, в сферах транспортировки/хранения и операций с недвижимостью, стабильное их существование в условиях нестабильности рынка, по большей степени, будет зависеть от достаточности уровня оборотного капитала и низкой доли дебиторской задолженности в структуре актива баланса. Если рассмотреть малые торговые строительные предприятия, то в целях привлечения потенциальных потребителей своей продукции они вынуждены использовать в своих операциях коммерческий кредит с отсрочкой платежа. Да, данный инструмент способствует предоставлению льгот клиентам, однако в то же время служит источником

постоянного недостатка денежных средств.

В силу вышесказанного, малые предприятия испытывают определенные сложности в получении кредита на осуществление своей производственной деятельности. Имея существенные объективные конкурентные преимущества (продуманный алгоритм обеспечения оборотными ресурсами организаций, работающих на условиях отсрочки платежа), в данном случае именно факторинг рассматривается многими руководителями в качестве действенного рычага, обеспечивающего ускорению и увеличению оборачиваемости капитала.

За последние несколько лет факторинг стал бизнес-трендом при проведении сделок купли-продажи ввиду всех происходящих геополитических событий и постоянно изменяющихся логистических цепочек, поскольку именно он позволяет предприятиям осуществлять свою торговую деятельность на условиях отсрочки платежа. Иначе говоря, сущность использования факторинга проявляется в момент финансирования поставщика под уступку его денежных требований к покупателям на условиях немедленной оплаты до 90-92% суммы уступленных требований за комиссионное вознаграждение с предоставлением оставшейся суммы требований в оговоренные сроки. В России глава 43 ГК РФ «Финансирование под уступку денежного требования» регулирует операции, связанные с проведением факторинговых сделок [1].

Таким образом, чтобы не выжидать достаточно весомый период времени, пока клиент, купивший необходимую продукцию, сможет её реализовать и рассчитаться с долгами, производители, как правило, обращаются к факторам – специализированным компаниям (банкам), которые производят оплату счетов покупателей, взимая небольшую комиссию. В данной сделке принимают участие сразу три стороны: сам продавец товаров, работ или услуг (кредитор), покупатель (дебитор) и фактор (банк).

Классический факторинг рассматривает следующее взаимодействие между участниками:

1. Продавец и покупатель заключают договор о поставках на условиях отсрочки оплаты.
2. Продавец обращается к фактору за финансированием. При оформлении договора прописываются суммы, сроки платежей, размер комиссий и порядок документооборота. Согласно заключенному договору, задолженность покупателя переходит к фактору. Предоставление новых платежных реквизитов и уведомление о заключенной сделке должно быть передано продавцом покупателю в ближайшее время.
3. После поставки товара или оказания соответствующей услуги, продавец передает счета и подтверждающие документы фактору, который, в свою очередь, переводит ему первый платёж.
4. Перевод денег по реквизитам фактора осуществляется после наступления непосредственно самого срока оплаты. Как только фактор получит полную сумму, он переведёт продавцу остаток от стоимости поставки за вычетом своей комиссии.

Более наглядно схема использования факторинга представлена на рисунке 1.

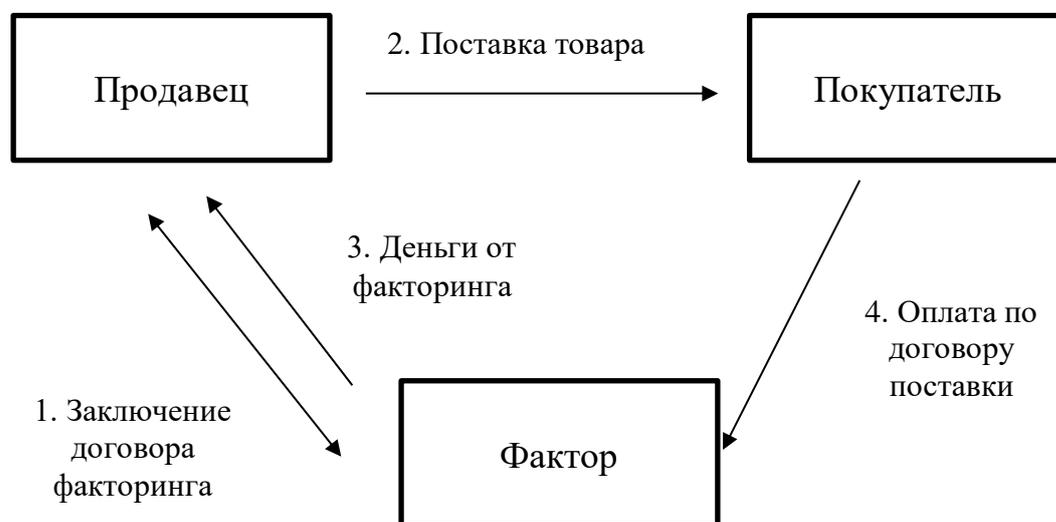


Рис. 1. Схема факторинга

В зависимости от параметров сделки и условий, выдвигаемых финансовым агентом, в данную схему могут вноситься некоторые корректировки.

Согласно данным, представленным в информационном обзоре рынка факторинга ассоциацией факторинговых компаний, «за 2021 год факторы выплатили 6,4 тысячам субъектов МСП свыше 526,7 млрд рублей финансирования по договорам факторинга, что на 160 млрд рублей (+45%) больше, чем в 2020 году» [4]. Портфель активов по сделкам с субъектами малого и среднего предпринимательства к 01.01.2022 г. так же увеличился. Рост составил 19 млрд руб., что на 22% больше, чем за рассматриваемый период прошлого года.

Несмотря на увеличение выплат и повышение интереса к субъектам малого и среднего предпринимательства со стороны факторов-агентов, сегмент малого бизнеса так и не охвачен полностью. Удельный вес задолженности малого и среднего бизнеса в структуре факторингового оборота имеет достаточно низкие показатели. Данные информационного отчета подтверждают лишь практически незаметный рост малого сегмента. Так, «некоторому снижению активности респондентов в 2021 году (треть факторов из топ-10 не предоставили показатели) сопутствует падение доли сегмента МСП в портфеле и выплаченном финансировании. В портфеле респондентов она составила 10,8% (год назад – 13,5%), в выплаченном респондентами финансировании – 13,9% (год назад – 17,6%)» [4]. Это можно объяснить лишь тем, что применяемая методика учета не отражает реального влияния и проникновения факторинга на оборотный капитал сегмента МСП. Однако многие аналитики сводятся к тому, что в ближайшей перспективе рост данного сегмента можно будет ощутить уже более весомо.

Благодаря включению такого вида финансирования как факторинг в стратегию развития малого предпринимательства, разработанную правительством РФ, за последние несколько лет стал более весомо заметен активный интерес со стороны предприятий малого и среднего бизнеса в использовании факторинговых услуг. Можно сказать, что данное обстоятельство выступило в качестве позитивного сигнала и для участников рынка факторинга и для самих предприятий малого сектора, которые по сей день преодолевают множество препятствий, оказывая всевозможные меры поддержки своим клиентам. Как отмечалось ранее, более 6,4 тыс. субъектов малого предпринимательства воспользовались данным видом финансирования в 2021 году.

И кредит и факторинг – финансовые инструменты, позволяющие за достаточно короткий период времени осуществить пополнение оборотного капитала. Кредитование малого бизнеса – сложный и, в определенной степени, невыгодный процесс. Отсрочка с сетями-покупателями, по факту, может достигать до 60 дней, где за этот период необходимо осуществить 3 цикла поставок продукции. Именно поэтому факторинг для фирм малого и среднего бизнеса является доступным и незаменимым инструментом пополнения капитала.

Председатель совета директоров компании «Факторинг ПРО» Александр Нестеренко в своем недавнем интервью поделился основными планами развития компании на 2023 год, где оценил текущие рыночные возможности как очень привлекательные. Малый и средний бизнес был выделен в качестве целевых клиентов, способных быстро приспосабливаться к условиям новой реальности. В 2023 году будут вводиться новые услуги в целях поддержания бизнеса – экспортно-импортное финансирование, финансирование торговых цепочек, динамическое ценообразование и т.д.

Стоит отметить, что плата за пользование факторинговыми услугами для субъектов малого и среднего предпринимательства формируется в зависимости от масштаба и показателей работы компании, её кредитной истории, характера и качества дебиторской задолженности. Следовательно, чем прочнее будет финансовое положение и репутация организации, выше платежеспособность самих клиентов, тем более низкими будут проценты за пользование привлеченными финансовыми ресурсами.

Таким образом, можно сказать, что факторинг на сегодняшний день выступает в качестве одного из самых действенных методов финансирования субъектов малого бизнеса. Однако в силу не столь сильного распространения, факторинг всё же остаётся не самым популярным видом увеличения оборотного капитала. Именно предприятия данного сектора экономики на сегодняшний день выступают в качестве субъектов, способных реализовывать в столь непростое время смелые, важные и сложные

проекты, так необходимые для поддержания экономики нашей страны. Это и служит причиной осуществления в течение ряда последних лет всевозможной поддержки представителей малого бизнеса как со стороны государства, так и со стороны финансово-кредитных институтов. В силу того, что по договору факторинга можно получать до 100% от суммы поставки в первые дни отгрузки товара или оказания услуги с отсрочкой по контракту до 365 дней, можно не оформлять залог и расширять лимит финансирования по мере увеличения объема поставок, малому бизнесу определенно стоит обратиться к такому источнику финансирования своей деятельности как факторинг.

Список источников

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022). Глава 43. Финансирование под уступку денежного обращения. [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».
2. Архангельская Л. Ю. Современное состояние и перспективы развития российского рынка факторинга (краткий статистический анализ) / Л. Ю. Архангельская, В. Н. Салин. – Текст : электронный // Статистика и экономика. – 2021. – Т. 18. – № 4. – С. 22-34. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46618510> (дата обращения: 30.12.2022).
3. Вторьгин А. С. Факторинг как метод финансирования коммерческих компаний / А. С. Вторьгин. – Текст : электронный // Экономика и управление. – 2021. – № 2. – С. 139-144. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45657590> (дата обращения: 29.12.2022).
4. Информационный обзор рынка факторинга по итогам 2021 года [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: https://asfact.ru/wp-content/uploads/2022/02/AFC-Y2021_open.pdf (дата обращения: 02.01.2023).

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

УДК 33

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЧЕРЕЗ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ

ГОНЧАРОВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

студент,
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
город Новосибирск

Аннотация. Настоящая статья продвигает стремление автора разработать модель управления стратегическими знаниями в качестве инструмента, помогающего организациям достичь конкурентоспособность и устойчивость.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, бизнес-организации, методология оценки конкурентоспособности.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO ENSURING THE COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS

Goncharova Yulia A.

Abstract. This article promotes the author's desire to develop a strategic knowledge management model as a tool to help organizations achieve competitiveness and sustainability.

Key words: competition, competitiveness, business organizations, methodology of competitiveness assessment.

Экономика, основанная на знаниях, уделяет особое внимание человеческому фактору, его совершенствованию как источнику экономического роста и конкурентоспособности. Конкретные причины, лежащие в основе создания экономики знаний, как правило, многообразны, но ключевыми из них являются возможность устойчивого развития и экономического роста организаций. Экономика знаний – это «новое общественное устройство или структура, новый мир, новая система отношений, иное сознание, иные принципы взаимодействия» [1]. Именно благодаря ему само создание, распространение и практическое применение знаний становится главной движущей силой роста, повышения благосостояния людей и создания рабочих мест» [3].

Галицкий Е.Б. относится к экономике, основанной на знаниях, как к новой социально-экономической среде, где коммуникационные технологии ведут к глобальной конкуренции; инвестиции направляются непосредственно в новые концепции за счет новых машин и оборудования, а контроль за интеграцией нематериальных активов становится важной управленческой компетенцией [4]. Использование неисчерпаемых ресурсов, таких как знания, дает большие возможности для поиска путей достижения устойчивого режима развития, при котором нынешняя модель производства и потребления не будет препятствовать прогрессу будущих поколений.

По словам Азаровой С.П., в экономике, основанной прежде всего на идеях и знаниях, а не на физическом капитале, время летит быстро и есть большая возможность добиться немедленного, почти молниеносного успеха [2]. В современных компаниях важно не только то, что мы знаем, но и то, как эти знания применяются.

Все вышеизложенные убеждения различных авторов приводят нас к выводу, что экономика знаний представляет собой социально-экономическую среду, в которой занятые имеют возможность системно и творчески мыслить, делиться своими знаниями и идеями, проявлять те качества, которые делают их отличными и уникальными.

Экономика знаний широко рассматривается как общеизвестная концепция, а управление знаниями – как важнейший фактор для достижения устойчивого конкурентного преимущества. Он «включает в себя все методы, инструменты и средства продвижения интегрированной среды обработки, основанной на знаниях, во всех областях и уровнях организации с целью улучшения организационной деятельности с особым акцентом на бизнес-процессах, создающих ценность» [2].

Более внимательное рассмотрение приведенного выше небольшого набора мнений, высказанных различными специалистами в отношении управления знаниями, приводит нас к выводу, что на самом деле они имеют довольно схожие взгляды на обсуждаемый вопрос. Под управлением знаниями понимается технология, процесс или ряд процессов, включающих аналогичные этапы приобретения, структурирования и систематизации, оценки и обновления, управления и создания новых знаний.

Нам представляется более точным и логически последовательным рассматривать управление знаниями как систему элементов и соответствующих причинно-следственных связей между ее составляющими. На входном этапе или то, что втекает в систему, являются целями компании, а на выходе или тем, что вытекает из системы, являются результатами. Основными компонентами такой системы являются:

- люди, являющиеся носителями знаний, приобретающие опыт и развивающие новые идеи;
- процессы, необходимые для создания, использования и распространения знаний;
- технология, необходимая для быстрой и эффективной работы сотрудников и бесперебойного и эффективного выполнения процессов.

Люди используют и делятся своими знаниями при общении или общении со своими коллегами по работе. Благодаря их совместным усилиям создаются новые идеи, решения и продукты или инновации.

Циклический процесс создания, распространения и обмена знаниями предполагает, что многократное использование знаний приводит к их обогащению. Именно эти обогащенные знания позволяют более эффективно выполнять бизнес-процессы компании, тем самым обеспечивая повышение производительности и повышение конкурентоспособности.

Все процессы и технологии, используемые в современных организациях, подчинены знаниям. Взаимное использование и распространение как личных, так и общеорганизационных знаний способствует разработке новых продуктов и смелых инноваций.

Человеческий капитал долгое время рассматривался только в социальном плане, а инвестиции в образование считались непродуктивными и затратными. Во второй половине

XX века мышление приняло совершенно иной характер, и человеческий капитал был признан активом, а вложение в него — стратегическим преимуществом. Для того чтобы эти инвестиции были эффективными, следует учитывать некоторые требования к наемным работникам, которые и являются объектами инвестиций. Сотрудники обязаны:

- обладать необходимыми базовыми навыками трудоустройства и иметь возможность развивать эти навыки путем приобретения новых знаний;
- быть заинтересованным и сильно мотивированным в получении новых знаний;
- стремиться применять полученные знания на практике, сообщая или реализуя свои идеи совместно с другими.

Проблема управления знаниями становится все более важной и должна рассматриваться в первую очередь. Все больше внимания уделяется коллективным знаниям рабочей силы, их творчеству, навыкам эффективного решения проблем в критических ситуациях, лидерским, предпринимательским и управленческим навыкам. Чтобы предотвратить пагубное и неэффективное накопление и использование знаний, организациям необходимо правильно ими управлять. Мы считаем, что управление знаниями дает возможность преодолеть старые методы, подходы и типы управления.

Список источников

1. Агаларова Е.Г. Исследование поведения потребителей: учебник / Е.Г. Агаларова, И.Ю. Антонова, Е.А. Косинова. Ставрополь: Секвойя, 2018. - 136 с. EDN: YXBLCР .
2. Азарова С.П. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова [и др.]; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 314 с.
3. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С.Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 304 с. EDN: VKDKJG.
4. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 570 с. EDN: NLGNRQ.

References

1. Agalarova E.G. Consumer behavior research: textbook / E.G. Agalarova, I.Yu. Antonova, E.A. Kosinova. Stavropol: Sequoia, 2018. - 136 p. EDN: YXBLCР .
2. Azarova S.P. Marketing research: theory and practice: textbook for applied bachelor's degree / S.P. Azarova [et al.]; under the general editorship of O.N. Zhiltsova. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2019. - 314 p
3. Bozhuk S.G. Marketing research: textbook for universities / S.G. Bozhuk. - 2nd ed., ispr. and add. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2020. - 304 p. EDN: VKDKJG.
4. Galitsky E.B. Marketing research. Theory and practice: textbook for universities / E.B. Galitsky, E.G. Galitskaya. - 2nd ed., reprint. and add. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2019. - 570 p. EDN: NLGNRQ.

ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 699.841

ПРОБЛЕМЫ СЕЙСМОСТОЙКОГО СТРОИТЕЛЬСТВА НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**СТЕЛЬМАШЕНКО ДАРЬЯ АЛЕКСЕЕВНА,
ЧЕБЫКИН АНДРЕЙ КОНСТАНТИНОВИЧ,
РАГОЗИН АЛЕКСАНДР АНДРЕЕВИЧ**

студенты

ФГБОУ ВО Сибирский государственный университет
науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева

Научный руководитель: Рагозина Марина Алексеевна

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО Сибирский государственный университет
науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева

Аннотация: Землетрясения представляют собой одну из самых больших опасностей для жизни на земле. Из-за внезапности возникновения их меньше всего понимают и больше всего боятся. Сейсмостойкая конструкция считается очень важной для смягчения их последствий. В статье представлены краткие основы сейсмостойкого строительства и методы повышения устойчивости зданий и строительных материалов к землетрясениям с экономической точки зрения.

Ключевые слова: сейсмостойкое строительство, наукоемкое предприятие, землетрясение, качество, строительство.

PROBLEMS OF EARTHQUAKE-RESISTANT CONSTRUCTION OF HIGH-TECH ENTERPRISES

**Stelmashenko Darya Alekseevna,
Chebykin Andrey Konstantinovich,
Ragozin Alexander Andreevich**

Scientific adviser: Ragozina Marina Alekseevna

Annotation: Earthquakes are one of the biggest threats to life on earth. Because of their suddenness, they are the least understood and the most feared. Earthquake-resistant design is considered very important to mitigate their effects. The article presents a brief basics of earthquake-resistant construction and methods for improving the resistance of buildings and building materials to earthquakes from an economic point of view.

Key words: seismic construction, high technology enterprise, earthquake, quality, construction.

Наукоемкое предприятие – это социально-экономическая система, которая занимается разработкой и созданием новейших технологий, продуктов, услуг на основе объектов интеллектуальной собственности, и использует имеющийся научно-исследовательский, производственный, материально-технический, финансовый и кадровый потенциал для внедрения и коммерциализации инновационных

разработок, как во внутренней, так и во внешней среде. Наукоёмкие предприятия обладают экономическим показателем, который иллюстрирует величину стоимости основных фондов, приходящуюся на единицу продукции, выпущенную предприятием. Описанный фактор требует высококачественное производство продукции и, следовательно, устойчивое закрепление оборудования на наукоёмком предприятии.

Сейсмостойкое строительство – изготовление здания или сооружения, способного противостоять внезапному сотрясению грунта, характерному для землетрясений, сводящее к минимуму повреждения конструкций и человеческие смерти и травмы.

Разрушения зданий во время землетрясений часто происходят из-за плохих методов строительства или неправильных материалов: бетон не смешивается и не уплотняется для достижения необходимой плотности, поэтому здания чрезвычайно подвержены разрушению при сейсмической нагрузке. Эта проблема часто усугубляется отсутствием местных строительных норм и инспекций контроля качества.

Аварии на наукоёмких предприятиях часто объясняются нехваткой подходящих и доступных на местном уровне материалов. Например, когда здание спроектировано из железобетона, очень важно, чтобы количество используемой стали не уменьшалось, чтобы снизить стоимость строительства. Такая практика существенно ослабляет способность здания противостоять динамическим силам землетрясения.

В нормальных условиях стены, колонны и балки здания в основном испытывают только вертикальные нагрузки сжатия. Однако во время землетрясения возникает боковая и сдвиговая нагрузка, что приводит к растягивающим и крутильным силам на элементах конструкции. Эти силы приводят к высоким напряжениям в углах здания и во всех различных соединениях. Прочные строительные швы имеют решающее значение для создания конструкции, которая выдержит нагрузку сдвига при землетрясении. Поскольку напряжение сосредоточено в стыках между стенами, важно, чтобы все швы были подготовлены и укреплены. Бетонные швы также должны быть надлежащим образом закреплены для достижения оптимальной прочности. В случае неармированных швов каменной кладки (растворных швов, например, в кирпичных зданиях), крепление между смежными стенами особенно важно.

Высокие здания наукоёмкого предприятия подвергаются сильным горизонтальным силам из-за инерции. Необходимо следовать следующим методам проектирования:

1. Базовая изоляция

Идея изоляции заключается в том, чтобы отделить (изолировать) здание от земли, чтобы землетрясения не передавались через здание или, по крайней мере, значительно уменьшались. Концепция изоляции основания объясняется на примере здания, опирающегося на шар: когда земля трясется, каток свободно катится, но здание наверху не движется. Если зазор между зданием и вертикальной стеной котлована невелик, вертикальная стенка котлована может упереться в стену. Следовательно, на практике не предусмотрены шары без 100% трения. Здание опирается на гибкие прокладки, которые обеспечивают устойчивость. Это помогает уменьшить некоторые последствия сотрясения грунта для здания.

2. Использование сейсмических амортизаторов

Другим методом защиты повреждений зданий является установка сейсмических амортизаторов вместо конструктивных элементов, таких как диагональные скобы. Когда через них передается сейсмическая энергия, амортизаторы поглощают ее часть и, таким образом, гасят движение здания.

3. Полый фундамент

Волны второго типа являются наиболее разрушаемыми среди других волн землетрясения, и они не могут проходить через водные среды. Таким образом, для уменьшения некоторых разрушительных последствий землетрясения можно использовать заполненный водой фундамент полого типа. Он может быть заполнен какой-либо вязкой жидкостью, работающей в качестве демпфера для уменьшения последствий землетрясения.

Как уже было отмечено, на качество изготавливаемой продукции большое влияние оказывает устойчивость конструкции предприятия и точное положение оборудования, от которого зависит произ-

водство товара без брака. Технология, описанная ниже, является эффективной и экономичной для создания надежного и безопасного наукоемкого предприятия. Она основана на купольной конструкции, которая легко выдерживает подземные толчки и позволяет распределять их равномерно. Сооружение собирается из пенопластовых блоков, стены пропитывают особым раствором против возгорания, шпаклюют и красят. Блоки не подвергаются ржавчине и гниению, а также обладают достаточной теплоизоляцией. Срок службы таких зданий составляет около 300 лет. Цена за кв.м. около 40 тысяч рублей, в то время как норматив стоимости в России за 1 кв.м., согласно приказу Минстроя России от 20 июня 2022г. №501, составляет 83 240 рублей. Таким образом, предлагаемая технология обеспечит требования сейсмостойкого строительства и гарантирует выпуск качественной наукоемкой продукции.

Список источников

1. Сейсмостойкие технологии мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.berlogos.ru/article/sejsmostojkie-tehnologii-mira/> (12.12.2022).
2. Удивительная Япония [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://madeinjapan3.blogspot.com/2012/09/blog-post.html> (14.12.2022).
3. Понятие и специфические особенности наукоемких производств [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://scilead.ru/article/1253-ponyatie-i-spetsificheskie-osobennosti-naukoe> (22.12.2022).
4. Строительство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://moluch.ru/conf/tech/archive/2/236/> (24.12.2022).

© Д.А. Стельмашенко, А.К. Чебыкин, А.А. Рагозин, 2023

УДК 330.342.24

О ВАЖНОСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

АТАСТЫРОВА АЛИНА АНАТОЛЬЕВНА,
ГОГОЛЕВ АНДРЕЙ КОНОНОВИЧ,
НОСКОВА МАРИЯ АЛЕКСЕЕВНА

студенты

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет»

Аннотация: в работе рассматривается важность такой области инновационной деятельности, как интеллектуальная собственность. Приведено обоснование того, что не смотря на стремление инновационной деятельности по определению к общему научно-техническому прогрессу, она является одним из движущих факторов формирования рыночной конкуренции и экономики, что влечет за собой необходимость документального подтверждения разработок и закрепления права собственности. Представлена информация о документе, который является основополагающим в области охраны и защиты прав на объектах интеллектуальной собственности в Российской Федерации. Дана информация о том, что такое патент. Представлены сроки действия патентов и описаны возможные действия в его отношении после истечения срока регистрации.

Ключевые слова: инновационная деятельность, интеллектуальная собственность, патент, Гражданский кодекс РФ, научно-технический прогресс.

THE IMPORTANCE OF INTELLECTUAL PROPERTY IN INNOVATION

Atastyrova Alina Anatolievna,
Gogolev Andrey Kononovich,
Noskova Maria Alexeyevna

Abstract: the paper considers the importance of such an area of innovative activity as intellectual property. The rationale is given that in spite of the aspiration of innovation activity by definition to the general scientific and technological progress, it is one of the driving factors of market competition formation and economy, which entails the need to document the developments and consolidation of property rights. Information about the document, which is fundamental in the field of protection and defense of intellectual property rights in the Russian Federation, is presented. Information about what a patent is is given. The terms of validity of patents are presented and the possible actions in relation to it after the expiry of the registration period are described.

Key words: innovative activity, intellectual property, patent, Civil Code of the Russian Federation, scientific and technological progress.

В настоящее время в России инновационную деятельность все чаще в первую очередь отождествляют с рыночной экономикой и конкуренцией. Если же рассматривать само определение инновационной деятельности, то это процесс, деятельность которого направлена на реализацию и модернизацию существующих научных разработок, полезных моделей и идей на усовершенствование суще-

ствующих продуктов и создание новых, уникальных в своем роде, с целью материально-технического прогресса всевозможных видов промышленности. Воплощаясь в инновациях в виде нового или усовершенствованного продукта, нового или усовершенствованного технологического процесса, эти результаты интеллектуальной деятельности становятся фактором создания конкурентных преимуществ и источником получения дополнительного дохода [1].

Тем не менее несмотря на то, что по определению инновационная деятельность направлена в первую очередь на общий научно-технический прогресс, охрана интеллектуальной собственности является объективной необходимостью как на любого рода промышленных объектах, так и в странах в целом.

Формирование конкуренции в области инновационной деятельности связано с теми свойствами, которые характеризуют объекты интеллектуальной собственности:

- 1) высокий научно-технический прогресс;
- 2) отсутствие конкуренции в связи с наличием собственной рыночной обособленности;
- 3) высокая степень гражданско-правовой юриспруденции;
- 4) монопольное владение объектом интеллектуальной собственности ее владельцем или разработчиком.

Термин «интеллектуальная собственность» стал неотъемлемой частью как гражданского права, так и юридической практики в целом. Тем не менее, не смотря на юридическое закрепление данного термина и правовых действий в его отношении, вопрос о содержании данного понятия остается открытым.

Основным нормативно-правовым документом в Российской Федерации, который является основополагающим в области охраны и защиты прав на объектах интеллектуальной собственности является Гражданский кодекс, вступивший в силу 1 января 2008 года, а точнее его Часть IV. [2].

Согласно [3] к объектам интеллектуальной собственности, которые в первую очередь регламентируются [2] относятся:

- 1) научные разработки;
- 2) произведения искусства и литературы;
- 3) товарные знаки;
- 4) наименования фирм и организаций;
- 5) промышленные образцы.

Если акцентировать внимание на защите интеллектуальных прав, то стоит отметить тот факт, что их защита начинает свое существование и реализацию только после фиксирования непосредственно факта нарушения. Охрана же формируется в тот самый момент, когда было документально подтверждено право на результат инновационной деятельности или разработки [4].

Основным документом в области регистрации инновационных разработок является патент, который присваивается и выдается тем разработкам, которые характеризуются не только новизной, но и полезностью и актуальностью. Не всегда владельцем патента и, следовательно, его юридическим собственником, является его разработчик. Зачастую владельцем является предприятие или организация, в которой разработчик осуществляет свою инновационную деятельность.

Патент – это контракт между обществом в целом и отдельным владельцем патента. По условиям этого контракта патентовладельцу предоставляется исключительное право препятствовать изготовлению или использованию запатентованного изобретения или его продаже на определенный период времени. Срок действия исключительного права согласно патенту может быть различен в разных странах, однако, в большинстве стран (Российской Федерации, США, Великобритании, Франции и др.) этот срок составляет 20 лет. По окончании срока действия патента любой человек или предприятие могут свободно пользоваться изобретением по своему усмотрению. Патент стимулирует дальнейшие исследования и разработки, поскольку конкуренты стремятся сделать изобретения, которые стали бы альтернативой уже запатентованных изобретений. Патент поощряет как инновации, так и инвестиции в запатентованные изобретения, давая компаниям возможность вернуть свои затраты в течение срока действия эксклюзивных прав на использование изобретения [5].

Совершенствование имеющейся на данный момент системы охраны и защиты инновационной

деятельности в области интеллектуальной собственности связано с решением ряда задач:

- 1) усовершенствование нормативной-правовой базы и регистрации полезных моделей;
- 2) соблюдение баланса интересов пользователя, разработчика и владельца инновационной разработки;
- 3) повышение культурно-правового этикета в отношении интеллектуальной собственности;
- 4) обеспечение выполнения судебных исков, вынесенных судами, и неукоснительного их выполнения всеми сторонами в отношении объектов интеллектуальной собственности.

Список источников

1. Особенности управления интеллектуальной собственностью предприятия / Бастрикова О. И. Научно-технические ведомости СанктПетербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2008. №2 (54). С. 178–183.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая: текст с изм. и доп. на 20 мая 2014 г. – Москва: Эксмо, 2014.
3. Туккель И.Л., Сурина А.В., Культин Н.Б., Управление инновационными проектами // БХВ Петербург –2011.
4. Право интеллектуальной собственности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. М. Коршунов и др.]; под ред. Н. М. Коршунова, Н. Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012.
5. Е. И. Гольдштейн, П.Ф. Коробко, Теория решения изобретательских задач // Издательство Томского политехнического университета – 2009.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 33

ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

МАДАТОВ Ф.И.

студент 2 курса
напр. «Бизнес-информатика и экономика»,
ВлГУ им. А.Г. и Н.Г. Столетовых,
г. Владимир

Научный руководитель: Тесленко И.Б.

д.э.н., проф.,
ВлГУ им. А.Г. и Н.Г. Столетовых,
г. Владимир

Аннотация: данная статья посвящена масштабам и динамике развития электронной торговли.

Ключевые слова: электронная коммерция, маркетплейсы, Интернет, информационные технологии.

Электронная коммерция (e-commerce) – это такая форма коммерции, которая объединяет различные технические, инновационные, компьютерные и организационные решения с целью для проведения определенных сделок, транзакций в сети Интернет.

Реализация товаров и услуг в режиме онлайн, как новый метод заработка взял большие обороты с наступлением XXI века. В итоге получился бум, а точнее Интернет-бум, который охватил всевозможные отрасли. Пришло время электронной коммерции, и люди сами того не подозревая, стали активными участниками этой новой технологии. [1].

Деятельность, направленная на создание капитала с привлечением Интернет-технологий внутри и за пределами границ организации, называется электронным бизнесом. В электронном бизнесе электронная коммерция играет основную роль. E-commerce представляет собой не физическую, контактируемую форму сделок, а электронную, где стороны становятся правообладателями услуг и товаров онлайн. [2]

Существует несколько видов электронной коммерции:

- Электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI),
- Электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFS),
- Электронную торговлю (e-trade), – Электронные деньги (e-cash),
- Электронный маркетинг (e-marketing),
- Электронный банкинг (e-banking),
- Электронные страховые услуги (e-insurance).

Электронный бизнес подразделяется на множество направлений:

– B2C (бизнес клиенту (гражданину)) это вид электронной коммерции просто между людьми и организациями. Услуги, предоставляемые нотариусом, покупка обуви в бутике, т.п. – это яркий пример.

– B2B (бизнес к бизнесу) в основном это компании, имеющие отношения между себе подобными. Простой пример компании BOSCH, Bilstein, Ate поставляют на завод BMW комплектующие;

– B2G (бизнес-правительство) это направление в котором частная компания продает товары или предоставляет услуги государственным учреждениям. Яркий пример закупка автомобилей скорой помощи министерством здравоохранения РФ;

– C2C (клиент клиенту) здесь продавцами и покупателями являются физические лица. Пример продажа авто одному другому. Плюс часто бывает участие третьих лиц в данном вопросе — всем известный сайт Авито.ру;

В основном процессе операций в электронной коммерции, участвуют следующие лица:

- Покупатель-клиент, у которого есть компьютер или ноутбук с браузером (MS Edge, Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera)) и выходом в Интернет;
- Эмиссионный банк – здесь находится расчетный счет покупателя. Банк-эмитент занимается выпуском пластиковых карт, ценных бумаг, денежных знаков. Также гарантирует исполнение финансовых обязательств клиента;
- Продавцы – это серверы, где ведутся каталоги товаров и услуг и принимаются заказы клиентов на покупку;
- Банки-эквайеры – банки, обслуживающие продавцов, принимающие безналичный расчёт;
- Платежная система – система передачи информации и совершения расчётов между всеми участниками при покупке-продаже товаров и за различные услуги через сеть Интернет (SWIFT, СПФС);
- Традиционная платежная система – система финансовых и технологических средств, регламентов, процедур, операций для обслуживания карт, таких как МИР, VISA, MasterCard, Cirrus.[3]

Электронная коммерция имеет следующую структуру.

Интернет-сервис на своём сайте создаёт удобный интерфейс, где фирма или физическое лицо размещает товар или услугу с целью реализации.

Потом при помощи системы ERP (от англ. Enterprise Resource Planning — планирование ресурсов предприятия) — это программное обеспечение для автоматизации бизнес-процессов компании происходит обработка заказа, операции, связанные с денежными средствами и доставкой продукта конечному покупателю.

Покупатель не тратит своё время на привычный нам шоппинг, владея при этом полной информацией о товаре. Также здесь имеет место отзывы и комментарии тех, кто купили определённый, помогая принять верное решение при выборе заказа. Продавец контролирует изменения на спрос товара, анализирует предпочтения покупателей. В общем деятельность онлайн бизнесмена похожа на работу мелкого оптового дистрибьютора.

Продавец с каждым днём набирает себе клиентов. Но не у всех бывает возможность внедрить из-за высокой стоимости EDI (Electronic data interchange) систему для передачи электронных данных между контрагентами, с целью выхода на рынок бизнес потребителю (B2C) миновав потенциальных посредников для получения большей выгоды.

Электронная коммерция, как и любая другая область отличается многогранностью и имеет тесные связи с другими. В ней сосредоточены много других бизнес-операций. Вот некоторые из них:

- обмен информацией;
- налаживание связей между поставщиками и заказчиками;
- реализацию товаров и услуг;
- оплату посредством системы электронных платежей, кошельков;
- отслеживание доставкой заказов;
- подготовка площадки для объединения компаний и ведения единой, общей коммерческой деятельности;
- исполнение бизнес-процессов в тандеме с другими компаниями. [4]

Повышенный рост числа интернет-клиентов и маркетплейсов значительно стимулирует развитие e-commerce в Америке. В 2020 г., по данным eMarketer, 203,7 млн. американцев (88,1% интернет-пользователей) посещали сайты онлайн-магазинов, при этом 159,1 млн. американцев делали по одной покупке в год. К 2022 г. по прогнозам интернет-пользователей и интернет-покупателей в Соединённых Штатах Америки станет на 11% больше.

Значительную часть продаж имеют одежда, обувь, аксессуары, цифровая и бытовая техники. Меньше продукты питания и косметика.

Интенсивно развивается и рынок онлайн продаж в нашей стране. В других регионах рост происходит быстрыми темпами нежели в столице и Санкт-Петербурге. Электронная коммерция в экономике России стала, более- менее, проглядываться после кризиса 2008г. В 2011г. этот показатель был не более 1% от общего объёма экономики РФ. В будущем, к 2022 году он составил около 14 % от общего

объема торговли в России. Всего в РФ личным опытом в совершении покупок через Интернет обладает около 31 миллиона человек.

Важным моментом, способствующим популяризации электронных продаж, является использование мобильных устройств (чаще смартфонов).

В отличие от традиционного рынка, рынок электронной торговли еще не так силен. Этому мешают несколько причин:

1. В законодательство не введены нормы, регулирующие защиту и неприкосновенность прав интеллектуальной собственности. Это порождает сомнения в принятии решения продавца и покупателя;

2. К сожалению, открытыми остаются вопросы глобальной концепции электронной коммерции. У пользователей нет уверенности в том, что их не обманут;

3. Инструменты, отвечающие критериям безопасности, только начали вырабатываться и должны пройти сложный путь эволюции, прежде чем будут эффективно работать на практике;

4. Пока что не существует общих стандартов, алгоритмов проведения транзакций для всех участников, вне зависимости от точки мира;

5. Из-за того, что мало применяют опыт работающих методов менеджеров, вынуждены делать упор на красивое оформление интерфейса сайта, которое не даёт особых плодов в бизнесе.

Смена привычного механизма торговли несколько препятствует совершенствованию этапов электронной коммерции. IT-технологии применяют в электронной коммерции на основе традиционной торговли, и в тоже время она является инновационной отраслью, где глобальная сеть выступает средой обитания. Мы часто пользуемся благами e-commerce экономя при этом время, нервы и деньги, тем самым развивая это направление.

Вывод

Хоть и расходы копирования и пользования информационными ресурсами получаются незначительными издержки на инфраструктуру сетей требуют колоссальных затрат. Показатели электронной коммерции растут ежеквартально, ежегодно.

Список источников

1. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция. - М.: Солон, 2006. - 112 с.
2. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие, подред.проф. / О.А. Кобелев, 2011 - 674с.
3. Рейнольдс М.С. Электронная коммерция: Финансовая Россия, 2012. - 560с.
4. Смирнов С.Н. Электронный бизнес: Финансовая Россия, 2012. - 157с.

© Ф.И. Мадатов, 2023

УДК 33.2964

ЭФФЕКТ ГРОНИНГЕНА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

ГАКАЛО АЛЕКСЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧмагистр
Севастопольский государственный университет

Аннотация. Гронинген – это провинция в Голландии, где открыли крупнейшее газовое месторождение в Европе. Несмотря на увеличенную газодобычу, высокую прибыль и укрепление гульдена (валюта Голландии в то время), в экономике страны начали проявляться весьма неприятные процессы: инфляция, спад производства на фоне экономического роста, безработица. Несырьевые товары стали еще больше проигрывать в конкуренции с импортом. Этот феномен впоследствии еще не раз повторялся в других странах, богатых природными ресурсами.

Ключевые слова: «Голландская болезнь», эффект Гронингена, энергоносители, экономический рост, укрепление валютного курса, ресурсозависимость.

THE GRONINGEN EFFECT IN THE RUSSIAN ECONOMY

Gakalo Aleksei Aleksandrovich

Abstract. Groningen is a province in the Netherlands where the largest gas field in Europe was discovered. Despite the increased gas production, high profits and the strengthening of the guilder (the currency of the Netherlands at that time), very unpleasant processes began to appear in the country's economy: inflation, a decline in production against the backdrop of economic growth, and unemployment. Non-primary goods began to lose even more in competition with imports. This phenomenon was subsequently repeated many times in other countries rich in natural resources.

Key words: "Dutch disease", Groningen effect, energy, economic growth, strengthening of the exchange rate, resource dependence.

«Голландской болезнью» в экономической науке называют резкий рост отраслей добывающей промышленности и вывоз ее продукции в огромных объемах за границу. Возрастают поступления долларовой выручки в страну, что приводит в укреплению и удорожанию реального курса национальной валюты. Это оказывает крайне негативный эффект на хозяйственное развитие страны. За счет форсированного экспорта энергоносителей происходит деиндустриализация экономики и деградация ее обрабатывающих отраслей. Другими словами, создание благоприятных условий для одного (добывающего) сектора национальной экономики оборачивается нарастающим ущербом для другого (обрабатывающего) сектора, что снижает конкурентоспособность продукции отраслей обрабатывающей промышленности. В результате закрываются традиционные – несырьевые – отрасли экономики, что увеличивает уровень безработицы в стране. При этом увеличивается импорт, а чистый экспорт снижается.

Такие процессы чаще всего происходят в странах, в которых основной доход в бюджет приносит экспорт добываемых природных ресурсов. Их экономический рост напрямую связан с торговлей сырьем.

«Голландская болезнь», безусловно, прогрессирует в современной России. Реальный курс российского рубля вырос в 1.1 раза с 2000 по 2008 гг. Экономика крайне отчетливо характеризуется зависимостью от добычи газа, нефти и редких металлов; обрабатывающий сектор отстает, в большей сте-

пени, от сектора услуг, где и аккумулируется сырьевая рента, нежели от добывающего сектора, а продукция обрабатывающей промышленности стала неконкурентоспособной, даже на внутреннем рынке.

Эффект Гронингена заметно начал проявляться в 1995-1998 гг., когда российские монетарные власти стали искусственно завышать реальный курс рубля посредством установления предельно узкого валютного коридора, чтобы постараться снизить инфляцию. Этот период характеризуется тем, что отечественные конечные товары начали вытесняться более дешевыми иностранными. Российские экспортные товары стали утрачивать зарубежные рынки сбыта из-за высокой добавленной стоимости на продукцию.

В 2004-2008 гг. этот эффект повторяется, но уже более интенсивно: российский рубль вновь показывает свой рост, так как цены на нефть в мире достигли исторического максимума, приблизившись к отметке в 150 долл./барр. Этот период характеризуется резким сокращением отечественного сельхозмашиностроения.

Некоторые ученые считают, что единого решения проблемы еще нет, но неперенным условием успешного искоренения «голландской болезни» выступает четкое понимание ее глубинных причин. Существует несколько предложений по выходу страны из такого состояния: государство должно предлагать льготные кредиты отраслям и компаниям, пострадавшим от резкого роста экспорта сырьевых ресурсов; увеличить налоги на экспорт сырья, что принесет дополнительный доход в бюджет; снизить налоги для обрабатывающей промышленности и гарантировать ее дальнейшее развитие; контролировать поступление валюты из-за рубежа.

Причины проявившейся в нашей стране «голландской болезни» следующие: увеличение добычи сырья и его нарастающий экспорт и недостаточная поддержка несырьевого сектора. Это привело к повышению реального эффективного курса рубля. Россияне стали покупать более дешевые импортные товары, что оказало негативный эффект на весь внутренний промышленный сектор.

Заработная плата в секторе добычи газа и нефти всегда на несколько порядков выше средней зарплаты по стране, поэтому люди стремятся найти работу в добывающих компаниях. Это приводит к резкому сокращению работников на остальных предприятиях и обесцениванию человеческого ресурса, что вызывает застой и безработицу. Страна сталкивается с так называемым «ресурсным проклятием».

В XXI в. углубление «голландской болезни» в России явилось следствием рекордного повышения мировых цен на нефть. И чем дольше продолжается период завышенных нефтяных цен, тем больший суммарный ущерб наносится отечественной экономике. Возросший внешний спрос на добываемые в нашей стране энергетические ресурсы и, как результат, их нарастающий экспорт повлекли за собой стремительный приток валютной выручки в Россию для оплаты труда работников и других компонентов издержек предприятий-экспортеров, а также выполнения ими своих налоговых обязательств перед государственным бюджетом. Параллельно с этим наблюдалось поступление иностранных инвестиций – опять-таки в валютном выражении. А поскольку иностранная валюта тоже является неким товаром, цена которого определяется соотношением спроса и предложения, постольку переизбыток долларов приводил к повышению номинального курса рубля. В таких условиях получали шанс успешно развиваться лишь отрасли, надежно защищенные от иностранной конкуренции (торговля, банковская сфера), либо отрасли, цены на продукцию которых росли быстрее, чем реальный курс рубля (топливно-сырьевой комплекс), либо, наконец, отрасли, где эти факторы действовали сообща (жилая, коммерческая недвижимость). Что же касается остальных секторов, то они не могли не столкнуться с двумя негативными последствиями для российской экономики.

Укрепление рубля и высокие цены на нефть вызвали значительное удорожание отечественных товаров и падение объема российского экспорта, особенно несырьевой продукции. При этом, приток доходов от продажи углеводородов пострадал в несравненно меньшей степени. И дело здесь вовсе не в более высокой эффективности топливно-энергетического и химико-металлургического комплексов, способных создать здесь куда больший запас прочности к удорожанию национальной валюты.

При повышении реального курса рубля усиливалась деградация значительной части несырьевых отраслей. Высокий курс рубля также сказался на отставании высокотехнологичных отраслей. Удорожание товаров и услуг в долгосрочной перспективе привело к тому, что российские потребители стали

отказываться от приобретения отечественной продукции, а участники рынка начали искать альтернативные каналы поставок из-за границы, ухудшая тем самым состояние торгового баланса.

Симптомы голландской болезни явно проявляются в экономике России: смело можно утверждать, что происходят они циклично. Как только цены на нефть начинают расти, голландский синдром приходит в отечественную экономику: курс национальной валюты растет, производство отечественных товаров дорожает, что ведет к повышению импорта и наоборот. Чтобы прервать эту цикличность и преодолеть этот недуг, нужно создать резервный фонд, который бы использовался только для инвестирования в национальное производство, производя товары общего потребления. Еще один из примеров, взятых из опыта Норвегии, часть денег этого резервного фонда можно инвестировать в международные активы.

Список источников

1. Вукович Г.Г., Лотова Е.В. Оптимизация организационной структуры промышленного комплекса на основе развития стратегического менеджмента // Экономика устойчивого развития. 2010. №3. С.48.
2. Натанова С.М., Козырь Н.С. «Голландская болезнь» - негативное последствие регулирования экономики и ее интерпретация на развитие России. «Актуальные вопросы экономики и менеджмента»: материалы международной заочной научно-практической конференции. (24 апреля 2013 г.) [Электронный ресурс].
3. Миронов В. Нефтяные горки и голландская болезнь. Новый КГБ (Комментарии о Государстве и Бизнесе) [Электронный ресурс].
4. Фетисов Г.Г. Задача снижения зависимости российской экономики от сырьевого экспорта и альтернативы экономической политики // Проблемы прогнозирования. 2008. №3. С.17-
5. Брессер-Перейра, Луис Карлос (2008) «Голландская болезнь и ее нейтрализация: подход Риккардо» (2008) Бразильский журнал политической экономии 28 (1): 47-71.
6. Что такое «голландская болезнь» в экономике. [Электронный ресурс] // Интернет-ресурс. - https://sovcombank.ru/blog/glossarii/gollandskaya-bolezn--chto-eto-simptomi-i-lechenie?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
7. «Проклятые экономики». Как жить, когда рухнут цены на нефть. [Электронный ресурс] // Интернет-ресурс. - <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/62cf11d59a7947b55851cd5d>

УДК 330

РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

КАРАМЫШЕВА КРИСТИНА ВАДИМОВНА

студент

АНО ВО «Гуманитарный университет»

Аннотация: в статье проводится анализ состояния экономики России в период с 2019 по 2022 гг. Рассматриваются проблемы инновационного преобразования отраслей российской экономики. Анализируя показатели инновационной активности предприятий в ключевых отраслях экономики, выделяется тенденция нестабильной инновационной активности в области информационных технологий. Приводятся основные направления активизации информационно-технологического развития для обеспечения интенсивного типа экономического роста. Данный путь позволит не только блокировать спад российской экономики, но и повысить инвестиционную привлекательность России, что в перспективе приумножит богатство страны. Стратегически важной задачей государства в санкционных условиях выступает поддержка отечественных производителей и разработка программ для поддержки бизнеса. Делается вывод, что санкции должны, прежде всего ускорить развитие инновационности российской экономики и импортозамещения.

Ключевые слова: российская экономика, санкции, кризис.

RUSSIAN ECONOMY UNDER SANCTIONS

Karamysheva Kristina Vadimovna

Abstract: The article analyzes the state of the Russian economy in the period from 2019 to 2022. The problems of innovative transformation of branches of the Russian economy are considered. Analyzing the indicators of innovative activity of enterprises in key sectors of the economy, a trend of unstable innovative activity in the field of information technology is highlighted. The main directions of activation of information technology development to ensure an intensive type of economic growth are given. This path will allow not only to block the decline of the Russian economy, but also to increase the investment attractiveness of Russia, which in the future will increase the wealth of the country. A strategically important task of the state in the context of sanctions is to support domestic producers and develop programs to support businesses. It is concluded that sanctions should, first of all, accelerate the development of innovativeness of the Russian economy and import substitution.

Key words: Russian economy, sanctions, crisis.

Санкционная война для России имеет положительный характер- наращивание собственного производства, развитие сельского хозяйства, проведение политики импортозамещения и развитие технологий.

Динамика ВВП России, по сравнению с другими странами: ухудшение качества жизни, обесценивание рубля и падение платежеспособности говорят о том, что санкции не проходят бесследно. Они отражаются как на бизнесе, так и на населении.

При этом следует учитывать, что проблемы российской экономики связаны не только с санкциями, но и с действиями властей. Поэтому за последний год на эффективность санкций повлияло ограничения, связанные с распространением Covid-19. Все это в совокупности усложнило объективную оценку факторов, имеющих наибольшее влияние на экономику страны.

Таблица 1

Показатели ВВП Российской Федерации за 2019-2021 гг.*

| | ВВП, млрд. руб | Индексы физического объема ВВП, % | Индексы-дефляторы ВВП, % | ВВП на душу населения, руб | Индексы физического объема ВВП на душу населения, % |
|------|----------------|-----------------------------------|--------------------------|----------------------------|---|
| 2019 | 109608,3 | 102,2 | 103,3 | 746830,4 | 102,2 |
| 2020 | 107390,3 | 97,3 | 100,7 | 733241,0 | 97,5 |
| 2021 | 131015,0 | 104,7 | 116,5 | 898197,8 | 105,2 |

*По данным Федеральной службы государственной статистики [2].

Для более детального анализа необходимо рассмотреть поквартальные показатели ВВП с 2021 года. В таблице 2 приведены поквартальные показатели ВВП РФ за 2021-2022 годы: показатели объема ВВП указаны в текущих ценах, индексы физического объема ВВП указаны в процентах к предыдущему кварталу. Необходимо отметить, что последствия кризиса приходятся на год после его появления.

Таблица 2

Поквартальные показатели ВВП Российской Федерации за 2021-2022гг.

| | 2021 г., I кв. | 2021 г., II кв. | 2021 г., III кв. | 2021г., IV квартал | 2022 г., I кв. | 2022 г., II кв. |
|-----------------------|----------------|-----------------|------------------|--------------------|----------------|-----------------|
| ВВП, МЛРД.РУБ | 27091,4 | 30915,0 | 34225,6 | 38783,4 | 34629,3 | 34663,7 |
| Индексы объема ВВП, % | 87,2 | 114,2 | 110,8 | 113,4 | 89,4 | 100,2 |

*По данным Федеральной службы государственной статистики [12].

Санкции запада пришлись на I квартал 2022 года. Тогда экономика России претерпела падение ВВП на 10,7% по сравнению с IV кварталом 2021 года из-за резкого запрета экономических отношений с ключевыми лицами и компаниями экономики РФ. Западные страны были главными импортерами продукции промышленной экономики Российской Федерации. Во II квартале 2022 года показатель объема ВВП не претерпел критические изменения в связи с некоторым количеством оставшихся каналов экспорта российской продукции на запад.

Санкции против России и ответные защитные меры российской стороны раскрыли проблему высокой зависимости российской экономики от импорта товаров и технологий из-за рубежа. Вместе с тем, они создали крайне благоприятные условия для российских производителей, предоставили возможность активного и обширного импортозамещения. Российская экономика столкнулась с необходимостью за очень короткий срок повысить конкурентоспособность своей продукции, на что ранее потребовались бы многие годы.

Положительным эффектом от введения санкций против России для отечественных производителей также является появление возможности увеличить своё присутствие на рынке за счет расширения каналов сбыта собственной продукции.

Все вместе должно мотивировать предпринимателей к увеличению и модернизации производства. Так как главной причиной недостаточного роста экономики России по-прежнему остаётся низкий уровень технического и технологического обновления и недостаточная конкурентоспособность отечественной продукции на внутреннем и внешних рынках.

Россия имеет все необходимые ресурсы для максимального обеспечения собственной продукцией всего населения-продукты и промышленность. Например, в России находится примерно треть всех мировых запасов чернозёмов, что само по себе является огромным преимуществом для ведения сельскохозяйственного производства, обеспечения своих внутренних потребностей и реализации про-

дукции на внешних рынках. Но до сих пор на мировом аграрном рынке Россия выступает в большей мере в качестве импортера, нежели экспортера.

Список источников

1. Гармашова Е.П., Дребот А.М., Баранов А.Г., Митус А.А., Тарабардина М.Ю. Санкции как меры международного принуждения: основные виды и теоретические подходы к понятию // Экономические отношения. – 2020. – № 3. – с. 649-662. – doi: 10.18334/eo.10.3.110824.
2. Бегларян Г.А., Иванов Г.Н., Калугина П.П., Половинчикова А.В. Санкционная политика США и европейских стран в отношении России: поворот начала 2022 года // Экономические отношения. – 2022. – № 3. – с. 367-388. – doi: 10.18334/eo.12.3.115086.
3. Городнова Н.В., Домников А.Ю. Влияние финансовых санкций на регулирование внешнеэкономической деятельности России // Экономические отношения. – 2022. – № 2. – с. 215-234. – doi: 10.18334/eo.12.2.114676.
4. Казанцев С.В. Жизнь под санкциями // Экономическая безопасность. – 2022. – № 2. – с. 371-386. – doi: 10.18334/ecsec.5.2.114789.
5. Дробот Е.В., Абросимова А.С., Савицкая К.С. Влияние санкций на формирование Евразийского экономического союза // Экономические отношения. – 2017. – № 1. – с. 55-64. – doi: 10.18334/eo.7.1.37391.
6. Лыткин С.О. Привлечение прямых иностранных инвестиций: проблемы и пути решения в условиях санкций // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – № 6. – с. 1841-1854. – doi: 10.18334/epp.12.6.114815.
7. Костин К.Б., Шимко П.Д., Сун Ци Международный трансфер технологий в Российской Федерации и его перспективы в современных условиях санкционных ограничений // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – № 4. – doi: 10.18334/vines.12.4.116523.
8. Национальные счета. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts> (дата обращения: 09.11.2022).
9. № 149-ФЗ Закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2006 г. - № 31. - Ст. 12.1 с изм. и допол. в ред. от 14.07.2022
10. С 1 января IT-компании смогут воспользоваться дополнительными льготами. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. [Электронный ресурс]. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/news/activities_fts/10365364 (дата обращения: 09.11.2022).
11. Мусина А. Россия: каково реальное влияние санкций на экономику?. Russian.eurasianet.org. [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.eurasianet.org> (дата обращения: 09.11.2022).
12. Технологическое развитие отраслей экономики. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11189> (дата обращения: 09.11.2022).
13. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2024 года. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/makroec/prognozy_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya/prognoz_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya_rf_na_period_do_2024_goda.html (дата обращения: 08.11.2022).
14. Три года санкций: потери и приобретения. Новости в России и мире – ТАСС. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/politika/4103932> (дата обращения: 09.11.2022).

УДК 691

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

КУЛИКОВА ВИКТОРИЯ ВИКТОРОВНА,

канд. геогр. наук, доцент, доцент

ВОРОНКОВ ТИМУР АНДРЕЕВИЧ,**НЕМТИНА КСЕНИЯ ЕВГЕНЬЕВНА**

студенты

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»,
филиал ВВГУ в г. Находке

Аннотация: Актуальность применения теплоизоляционных материалов на сегодняшний день очень велика, так как климатические условия в нашей стране, да и во многих других очень переменчивы. Рассмотрены материалы, используемые для изготовления утеплителей жилых домов. Представлены их характеристики, использование различных ТИМ в качестве утеплителей, рассмотрена технология производства. Проведён SWOT-анализ производства теплоизоляционных материалов (ТИМ).

Ключевые слова: утеплитель, минералы, теплоизоляционные материалы, анализ, производство.

STUDY OF THE PRODUCTION OF THERMAL INSULATION MATERIALS

**Kulikova Victoria Viktorovna,
Voronkov Timur Andreevich,
Nemtina Ksenia Evgenievna**

Abstract: The relevance of the use of thermal insulation materials today is very high, since the climatic conditions in our country, and in many others, are very changeable. The materials used for the manufacture of insulation of residential buildings are considered. Their characteristics are presented, the use of various TIMs as heaters, the production technology is considered. A SWOT analysis of the production of thermal insulation materials (TIM) was carried out.

Key words: insulation, minerals, heat-insulating materials, analysis, production.

Утеплители – материал теплоизоляции, предназначенные защищать любые здания и конструкции от климатических воздействий. Характеризуются средней плотностью и низкой теплопроводностью. Производство современных утеплителей основано на сырье нового поколения, превосходящее технологии прошлых изготовлений [1]. Используемые материалы для производства утеплителей, представлены на рисунке 1.

Теплоизоляционные материалы (ТИМ) обладают большим диапазоном характеристик, определяющие качество и область их применения. Выделяют наиболее важную характеристику – теплопроводность, по которой судят о степени защищенности конструкции от климатических условий. Качественные утеплители обладают высокой паро- и воздухопроницаемостью, шумоизоляцией, стойки к огню, морозу, и воздействию химических веществ. Характеристики ТИМ представлены в таблице 1, их использование в процентном соотношении на рисунке 2 и структура рынка ТИМ на рисунке 3 [2].



Рис. 1. Материалы, используемые для изготовления утеплителей

Таблица 1

Характеристики ТИМ

| Показатели | Базальтовая теплоизоляция | Стекловата | Углеродные теплоизоляторы (пенопласт, пенополистирол) | Вспененный каучук |
|-----------------------------|---------------------------|------------|---|-------------------|
| Цена, руб. за куб. м. | 1230 | 930 | 400 | 1680 |
| Теплоизоляционные свойства | ★★★★☆ | ★★★★☆ | ★★★★☆ | ★★★★☆ |
| Пожаробезопасность | ★★★★☆ | ★★★★☆ | ★★★★☆ | ★★★★☆ |
| Диапазон рабочих температур | -260; +900 | -60; +450 | -50; +75 | -200; +115 |
| Экологичность | ★★★★☆ | ★★★★☆ | ★★★★☆ | ★★★★☆ |
| Срок службы | ★★★★☆ | ★★★★☆ | ★★★★☆ | ★★★★☆ |
| Итоговый рейтинг | 28 | 21 | 22 | 22 |

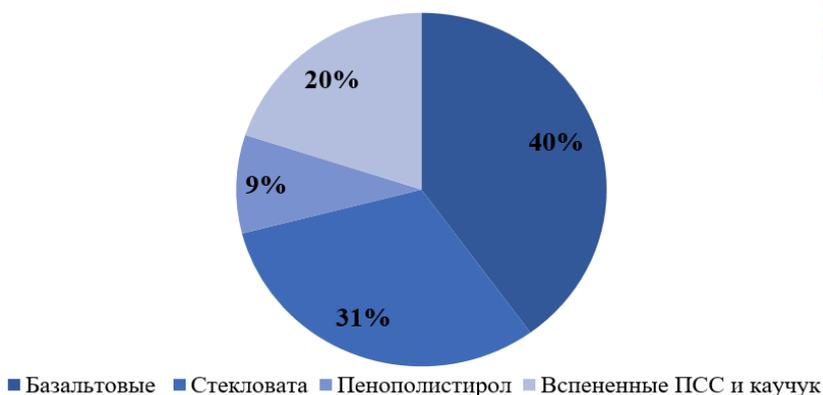


Рис. 2. Использование ТИМ, %



Рис. 3. Структура рынка ТИМ

Утеплители располагают технологией производства, которая представлена на рисунке 4. Важно соблюдать принципы безопасности на всех этапах данного производства.

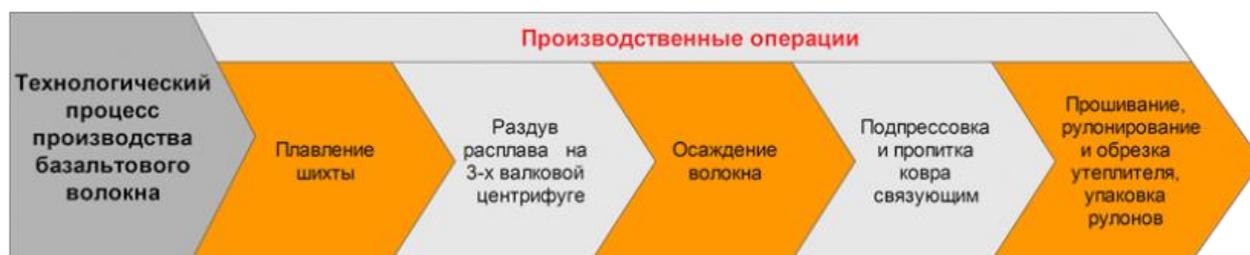


Рис. 4. Технология производства ТИМ (на примере базальтовых ТИМ)

Выделим преимущества изготовления утеплителя:

- автоматизация технологических операций, что позволяет производить контроль за ходом работы;
- невысокие затраты комплекта позволяют окупить в первые месяцы эксплуатации;
- закупка отдельных агрегатов, что позволяет компоновать оборудование, заменять неисправность деталей;
- автоматизация позволяет соблюдать размеры, плотность структуры, состав утеплителя;
- полученные изделия быстро упаковываются и отправляются на склад или сразу к заказчику;
- корректировка свойств и характеристик утеплителя и др.

Примерный бюджет производства ТИМ приведен в таблице 2.

Таблица 2

Примерный бюджет производства ТИМ

| № п/п | Основные показатели | Значения |
|-------|--|-------------------------|
| 1. | Линия | 10 млн. руб. |
| 2. | Монтаж и наладка, плата за аренду, зарплата рабочим (за год) | 15 млн. руб. |
| 3. | Объем выпуска | До 15 000 т в год |
| 4. | Базальт (сырье) | 48 000 руб./т. |
| 5. | Клей | 35000 руб. |
| 6. | Известняк или доломит | 90 руб. |
| 7. | Цена на рынке | 3000 руб/м ³ |
| 8. | Себестоимость | 500 руб/м ³ |
| 9. | Чистая прибыль | 240 млн. руб./год |

Проведём при помощи аналитического инструмента – SWOT-анализ производства ТИМ, где для успешного развития производства оцениваются следующие характеристики в таблице 3.

Таблица 3

Матрица первичного SWOT-анализ производства ТИМ

| Внутренние факторы | | | |
|--------------------|--|--|------------|
| Позитивные | S (strengths) | W (weaknesses) | Негативные |
| | Близость к потребителям Высокие потребительские свойства Использование подготовленного связывающего от ведущего производителя Налаженная логистическая поставка | Неизвестность торговой марки Относительно высокая цена базальтовых утеплителей Отсутствие опыта производства Растущие цены на топливо | |
| Позитивные | O (opportunities) | T (threats) | Негативные |
| | Создание локального бренда Снижение конкурентоспособности ТИМ на основе каучуковой основы Организация поставок ТИМ постоянным клиентам Близость к конечному потребителю | Снижение платежеспособности клиентов Глобальное потепление (в долгосрочной перспективе) Обострение конкуренции Кадровые риски | |
| Внешние факторы | | | |

В целях более детального анализа проведем поэлементный SWOT-анализ производства на примере базальтовой ваты в таблице 4.

Таблица 4

Поэлементный SWOT-анализ производства базальтовой ваты

| | |
|-----------------|---|
| S1, S2 → W2 | Высокая цена утеплителей компенсируется низкими затратами на доставку, а высокие потребительские свойства позволяют конкурировать с наиболее дорогими теплоизоляционными материалами на основе вспененного каучука. |
| S3 → W3 | В связи с отсутствием опыта производства ТИМ принято решение не заниматься подготовкой химических компонентов и покупать связующие смолы, содержащие все необходимые присадки и добавки. |
| S4, S5 → W2 | Себестоимость базальтовых ТИМ будет также снижена за счет собственных топливных ресурсов по сравнению с другими регионами и удачному расположению поставщиков основного сырья, позволяющему сократить затраты на логистику. |
| S1 → T1 | В условиях снижения платежеспособности клиентов расположение производства в районе использования продукции может стать решающим фактором в выборе компании в качестве поставщика. |
| S1, S4, S5 → T3 | Возможности компании по снижению себестоимости теплоизоляционными материалами будут важным фактором для удержания позиции при обострении конкуренции. |
| O1 → W1 | Компания предпримет меры для завоевания известности на региональном рынке ТИМ. |
| O2 → W2 | Происходящие за последнее время рост курса доллара по отношению к рублю делают базальтовые ТИМ более конкурентоспособными по сравнению с каучуковыми. |
| S1 → O3 | Разместив производство в районе своей деятельности, компания сможет использовать наработанные связи с существующими потребителями строительно-монтажных услуг. |
| O1, O3 → T3 | Достигнув известности своей торговой марки и сотрудничая с местными заказчиками, компания сможет отбивать атаки новых конкурентов. |

Резюмируем, в производстве ТИМ существует достаточное предложение утеплителей; используя модернизированное оборудование данное производство способно удовлетворить запросы потребителей на рынке строительства.

Список источников

1. Бизнес План производство утеплителя / Bizlana.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://bizlana.ru/biznes-plan/proizvodstvo-teploizolyatsii/> (Дата обращения: 27.01.2023).
2. Эксперты бизнес-планирования. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.masterplans.ru/proizvodstvo_tim.html (Дата обращения: 27.01.2023).

УДК 330

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ СБЕРЕЖЕНИЙ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

ШИПУЛИНА АНАСТАСИЯ ВАЛЕНТИНОВНА

магистрант

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский Федеральный университет»

Аннотация: В данной статье рассматриваются факторы, позволяющие изменить структуру денежного потока физических лиц с личных накоплений в инвестирование на финансовом рынке.

Ключевые слова: Функциональная модель, инвестиционное поведение, инвестиции, физическое лицо, инвестор, облигации федерального займа (ОФЗ), банк.

FUNCTIONAL MODEL OF TRANSFORMATION OF SAVINGS OF INDIVIDUALS IN THE FINANCIAL MARKET

Shipulina Anastasia Valentinovna

Abstract: This article discusses the factors that make it possible to change the structure of the cash flow of individuals from personal savings to investing in the financial market.

Key words: Functional model, investment behavior, investments, individual, investor, federal loan bonds (OFZ), bank.

Функциональная модель может быть представлена системой экономико-математического формата, которая связывает различные механизмы, позволяющие создавать возможности для инвестирования и реализовать действенные объекты экономики для получения дополнительного дохода инвестору.

Одним из основных элементов функциональной модели выступает анализ объема средств, находящихся у населения. Так, на конец 2022 года, количество средств, находящихся у населения в рублях составляет 14 трлн. рублей, что составляет 7% от нынешней капитализации рынка в 200 млрд. рублей, и выше капитализации «Сбербанка» (3,1 млрд рублей) практически в пять раз[3].

Анализ объема средств позволяет прогнозировать оценку инвестиционных продуктов, к которым имеют доступ неквалифицированные инвесторы и направлять действия регуляторов для стимуляции участия физических лиц в инвестиционной деятельности.

С учетом добавления элемента – «статистика от банков», т.е., мониторинг средств, находящихся у потенциальных инвесторов на счетах, их ежемесячные затраты, сегменты рынка в которых больше всего тратится средств, количество кредитов и т.д., анализ структуры доходов и расходов позволит оценивать инвестиционный потенциал и рассматривать различные индикаторы, факторы и особенности в оценке инвестиционного поведения неквалифицированных инвесторов, т.е., важно определять, какой социальный слой является основным держателем сбережений.

Одним из важных факторов, определяющих процесс трансформации сбережений в инвестиции, является комплексное взаимодействие ЦБ РФ и Правительства РФ в этой области. Минфин, Минэкономразвития РФ и Банк РФ, вырабатывают стратегию экономической политики в условиях функциони-

рования и популяризации финансового рынка, формируют стабильный, конкурентный и доверительный фон для реализации и доступности финансового и фондового рынков[5].

Также, Правительство РФ, на основании получаемых статистических данных, может выстраивать систему налогообложения на рынке, и формировать более лояльные системы использования налоговой отчетности и налоговых сборов с инвесторов[1].

Так, в 2021 году, был введен налог на купоны по всем облигациям, который составил 13%, а при превышении дохода в 5 млн. рублей – 15%. До этого облигации не облагались налогом и имели более лояльное отношение со стороны инвесторов, особенно среди тех, которые осуществляли инвестиции в государственные облигации. В данном случае, физические лица, не имеющие юридической квалификации, практически не изучают методы инвестирования в ОФЗ[3].

В частности, предлагается метод использования ОФЗ в сопряжении с банковскими вкладами, где основным драйвером является ключевая процентная ставка, которая определяет направленность движения средств. Если ключевая ставка Центрального Банка России повышается, то цена ОФЗ будет снижаться, а если ключевая ставка снижается и становится ниже доходности ОФЗ, то стоимость ОФЗ растет, так инвесторы перекладывают свои средства в более доходный инструмент.

При этом, регуляторы уравнили доходы по банковским вкладам и доходам по ОФЗ (купонным и прибыль от разницы цены), где налоговая ставка составляет 13%.

В связи с этим, необходимо проводить постоянный анализ налоговых отчислений и проводить более мягкую политику со стороны Правительства РФ, для более лояльного отношения физических лиц к инвестированию.

Одним из важных элементов функциональной модели является ключевая ставка Банка России. Так, в 2021 году ключевая ставка варьировала в диапазоне от 4,25% до 8,5%, что не стимулировало направление средств на депозиты и спровоцировало рост клиентов на финансовом рынке, который увеличился за 2021 год с 1,5 млн. человек до 3 млн. человек.

Следует отметить, что одним из существенных элементов, который требует тщательного анализа и контроля со стороны ЦБ РФ и Правительства РФ, могут быть манипуляции, осуществляемые с помощью СМИ. Данный элемент можно отнести к созданию положительного воздействия, ведь многие должностные лица своими выступлениями и действиями могут изменить поведение инвесторов. Так, прямые эфиры, конференции, брифинги, конгрессы, каналы в социальных сетях оказывают непосредственное влияние на поведенческую функцию инвесторов и могут привести к изменению ситуации на рынке акций, облигаций. При этом необходимо следить за достоверностью информации, не допуская ее сознательного искажения, с принятием соответствующих правовых публичных мер воздействия к нарушителям.

Важным процессом трансформации сбережений населения в инвестиционные инструменты финансового рынка, является и обеспечение долгосрочных, «длинных», денег. В рамках данного процесса, Правительство РФ и Банка России, формирует процесс долгосрочных инвестиций, которые важны в рамках реализации национальных проектов, и повышения экономического потенциала, а также роста благосостояния населения. Но, при этом существует риск увеличения долговых ценных бумаг, что несет за собой большой объем отложенных обязательств. Так, по состоянию на 2022 год, долговые ценные бумаги, выпущенные государством, составили 17,7 трлн. рублей, и продолжили свой рост.

Еще одним ключевых факторов, наравне со стабильной инфляцией и устойчивой финансовой системой, является финансовая стабильность. Макроэкономические условия выстраивают инвестиционный климат, что провоцирует расширение спектра инструментов долгосрочных инвестиций и трансформации сбережений. Как указывалось, выше, налоговая база сегодня не позволяет использовать физическим лицам в полной мере долгосрочные инструменты инвестирования, тем самым провоцируя процессы хранения наличных денег у населения.

Выстраивание процесса привлечения физических лиц к инвестированию накопленных средств можно осуществлять и через возможности информационного просвещения о деятельности инвестиционных компаний. Важным фактором может стать официальное информирование о получении компаниями дотаций и субвенций, что будет свидетельствовать о потенциальном снижении издержек предприятий и росте рентабельности бизнеса.

Движущим фактором инвестиционного процесса является и прозрачность инвестирования как на федеральном, так и на региональном уровнях. Так, в роли драйвера экономического роста субъекта РФ могут служить возможные действия по консолидации регионального бизнеса, проводимые в условиях прозрачности и доступности информации как в медийном пространстве, так и в цифровой среде. Возможное объединение бизнес-структур в региональные фонды позволит местным жителям осуществлять инвестиции в местные компании.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о возможности и необходимости формирования системы экономико-математических элементов, состоящей из различных финансовых инструментов федерального и регионального уровней, способных выступить в качестве функциональной модели для повышения вовлеченности неквалифицированных инвесторов в инвестиционные процессы на финансовом рынке.

Список источников

1. Бестужева, О. Ю. Инвестиционное поведение населения в условиях развивающегося фондового рынка : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Бестужева Оксана Ювналиевна ; Институт социально-экономических проблем народонаселения Российской академии наук. – Москва, 2004. – 25 с. – Библиогр.: с. 10-18. – Место защиты: Институт социальноэкономических проблем народонаселения Российской академии наук.
2. Инвестиции. – Текст : электронный // Банк ВТБ (ПАО) : [сайт]. – 2020. – URL: <https://www.vtb.ru/personal/investicii/> (дата обращения: 26.01.2023).
3. Инвестиции. – Текст : электронный // ПАО Банк «ФК Открытие» : [сайт]. – 2021. – URL: https://www.open.ru/investments?from=main_menu (дата обращения: 26.01.2023).
4. Овчинникова, Ю.Е. Психологические факторы принятия инвестиционного решения / Ю.Е. Овчинникова // Человеческий капитал. – 2020. – № 1 (133). – С. 177-185.
5. О системе процентных инструментов денежно-кредитной политики Банка России. – Текст : электронный // Банк России : официальный сайт. – URL: https://cbr.ru/press/PR/?file=130913_13504271.htm (дата обращения: 05.11.2022).
6. Переверзева, А.А. Взаимодействие политики Банка России и инвестиционного поведения физических лиц на финансовом рынке / А.А. Переверзева // Российский экономический интернет-журнал. – 2019. – № 4. – ISSN 2218-5402. – Текст: электронный. – URL: <http://www.erej.ru/Articles/2019/Pereverzeva.pdf> (дата обращения: 26.01.2023)

© А.В.Шипулина

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПОЛИТИКИ

УДК 32

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОФСОЮЗОВ

НИКАШКИН АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВИЧ

магистрант
ФГБОУ ВО МГУ им. Н. П. Огарева

Аннотация: в рамках данной научной работы был проведен анализ зарубежного опыта развития и функционирования профессиональных союзов. В частности, был исследован опыт Германии, США, Японии, выделены особенности, достоинства и недостатки профсоюзных организаций, осуществляющих свою деятельность в этих государствах.

Ключевые слова: Профессиональные союзы, профсоюзное движение, США, Российская Федерация, Германия, Япония, трудовые отношения.

FOREIGN EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT AND FUNCTIONING OF TRADE UNIONS

Nikashkin Alexander Alekseevich

Abstract: Within the framework of this scientific work, the analysis of foreign experience in the development and functioning of trade unions was carried out. In particular, the experience of Germany and the USA was studied. In Japan, the features, advantages and disadvantages of trade union organizations operating in these states are highlighted.

Key words: Trade unions, trade union movement, USA, Russian Federation, Germany, Japan, labor relations.

Отечественный опыт профсоюзной деятельности уступает по временным рамкам западному. В Англии первые тред-юнионы (профсоюзы) появились еще в конце XVIII века, в связи с бурным развитием промышленных предприятий и увеличения числа наемных работников предприятий. В целях защиты их интересов тред-юнионы и были созданы. Профессиональные союзы не устраивали предпринимателей. Профсоюзное движение всячески подавлялось и государственной машиной. Так, например, для организаторов устанавливалась уголовная ответственность, вводилось антирабочее законодательство.

Профсоюзная модель Великобритании в настоящее время сосредоточена на вопросах защиты прав членов профессиональных союзов, во многом, лишившись возможности эффективного влияния на политику [1, с. 203].

Деятельность профессиональных союзов в США основана на организации горизонтальной системы власти в общественных и трудовых отношениях [1, с. 204]. Профсоюзы – интегральная часть системы трудовых отношений и сферы безработицы и занятости [2, с. 53]. Интересы работников, членов профессиональных союзов защищаются на самих предприятиях в ходе участия профессиональных союзов в коллективных договорах. Профсоюзы осуществляют защиту прав работников и улучшают их материальное положение, сохраняют рабочие места, стремятся к повышению заработной платы и уменьшают неравенство при оплате труда между работниками в зависимости от их квалификации, пола, возраста и т.д.

Такая деятельность профессиональных союзов имеет своей целью решение следующих задач:

- равновесие между предложением рабочей силы и спросом на нее;
- равномерное распределение наемного труда между экономическими секторами;
- расширенное воспроизводство рабочей силы.

Начальный этап профсоюзного движения в США связан с 1935 годом и принятием закона «О трудовых отношениях». К 1954 году более трети всех рабочих США, вне сельскохозяйственной сферы, были задействованы в профсоюзных организациях. В 1960-х гг. тенденция сменилась на убыль. До 2005 года процентное соотношение состоящих в профсоюзах работников от общего числа сокращалось и достигло 12,5 % или 15,7 млн человек из 140 млн работников [1, с. 204]. Среди государственных служащих количество состоящих в профессиональных союзах граждан на порядок увеличилось с 10 до 36,5 % (пожарные, учителя, полицейские). В это же время, доля состоящих в профсоюзах работников, задействованных в частном секторе составляет всего лишь 7,8 % от общего числа [1, с. 204].

Среди причин уменьшения численности профсоюзного движения в США выделяют:

- уменьшение доли предприятий обрабатывающей промышленности;
- увеличение процентного соотношения женщин и подростков в рядах рабочих. Как правило, они проявляют меньший интерес к профсоюзной деятельности;
- профессиональные союзы тормозят социальный и экономический прогресс, препятствуют эффективному решению многих экономических проблем;
- неспособность успешно интегрироваться в новую политическую и социально-экономическую реальность;
- разочарование в профсоюзных лидерах, падение доверия среди значительной части рабочих.

Сегодня, профессиональные союзы в США являются посредниками между работниками и работодателями. Работники в США могут создать профсоюз путем голосования, большинство голосов позволяет им обратиться в Национальное управление по трудовым отношениям и получить сертификат, при условии прикрепления к письму подписей минимум трети рабочих предприятия. [1, с. 206].

Профессиональные союзы в США активно сотрудничают со сферой бизнеса. Также, среди средств осуществления деятельности профсоюзов, можно выделить парламентский лоббизм. Профсоюзы стремятся провести различные законопроекты, например, о повышении минимальной заработной платы, через Конгресс [1, с. 206].

Профессиональные союзы в Японии являются союзом рабочих одного предприятия, то есть не разделяются по профессиям. Профсоюзы защищают работников и работодателей. Все проблемы решаются путем сотрудничества. Основная задача профессиональных союзов в Японии – улучшить жизнь и социально-трудовые условия работников без ущерба предприятиям. От процветания предприятий напрямую зависит благополучие рабочих [2, с. 52]. Для японского работника характерно понимание и восприятие своей работы выше прав и убеждений, в японском обществе невелик процент жалоб и претензий к менеджменту.

Опыт японских профсоюзов в некоторых аспектах схож с российским. Профессиональные союзы в Российской Федерации защищают интересы менеджеров, как и в Японии, но в то же время, интересы рабочих в России защищают значительно слабее, чем в Японии, а менеджеры не настолько лояльны к работникам [2, с. 53]. Для профсоюзов в России важно проводить более активную защиту социально-трудовых прав и интересов работников, найти действенные механизмы регулирования работы менеджеров.

Профсоюзные организации Германии предоставляют значимые привилегии своим членам. Например, члены немецкого профсоюза могут пройти бесплатные курсы повышения квалификации, всегда получить бесплатные консультации и профсоюзного адвоката в случае возникновения каких-либо проблем. При забастовках профсоюзы выплачивают работникам пособия из своей казны. Профессиональные союзы в Германии максимально направлены на поддержку работников [2, с. 54].

Опыт зарубежных профсоюзных организаций, безусловно, должен быть проанализирован и частично применен на практике в осуществлении деятельности российских профессиональных союзов. Для профсоюзов в России важно проводить более активную защиту социально-трудовых прав и интересов работников, найти действенные механизмы регулирования работы менеджеров. Опыт немецких профсоюзов интересен для изучения и возможного применения, к таким институтам, регулирующим деятельность профсоюзов, стоит стремиться.

Список источников

1. Дегальцева Е. А. Из зарубежного опыта функционирования профессиональных союзов / Е. А. Дегальцева, А.С. Шайхудинова. – Текст : непосредственный // Законность и правопорядок в современном обществе. – 2012. – № 5. – С. 202–209
2. Жаренова А. И. Возможность использования международного опыта профсоюзного движения в российской экономике / А. И. Жаренова, А. А. Галкин. – Текст : непосредственный // Территория науки. – 2013. – № 6. – С. 51–55.
3. Лютов А. А. О причинах кризиса американского профсоюзного движения / А. А. Лютов. – Текст : непосредственный // США-Канада: экономика, политика, культура. – 2006. – № 11. – С. 19–30.
4. Лютов Н. Л. Конфликт между фундаментальными правами работников и предпринимателей в практике Европейского суда справедливости / Н. Л. Лютов. – Текст : непосредственный // Трудовое право. – 2008. – № 12. – С. 53–67.
5. Руденкин В. Н. Профсоюзы в условиях мирового финансово-экономического кризиса / В. Н. Руденкин. – Текст : непосредственный // Вестник Уральского института экономики, управления и права. – 2010. – № 12. – С. 80–87.

УДК 32

РОЛЬ И МЕСТО ТНК В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

НИКАШКИН АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВИЧ

магистрант
ФГБОУ ВО МГУ им. Н. П. Огарева

Аннотация: в рамках данного исследования изучалась роль и место транснациональных корпораций в современной системе международных отношений. Транснациональные корпорации, осуществляя наращивание экономической мощи, все заметнее вмешиваются в сферу мировой политики, порой конкурируя с национальными суверенными государствами.

Ключевые слова: Транснациональные корпорации, международные организации, транснациональные участники, международные отношения, государства, международная политика, тенденции развития.

THE ROLE AND PLACE OF TNCs IN THE MODERN SYSTEM OF INTERNATIONAL RELATIONS

Nikashkin Alexander Alekseevich

Abstract: Within the framework of this study, the role and place of transnational corporations in the modern system of international relations was studied. Transnational corporations, while building up economic power, are increasingly interfering in the sphere of world politics, sometimes competing with national sovereign states.

Key words: Transnational corporations, international organizations, transnational participants, international relations, states, international politics, development trends.

Транснациональные корпорации (ТНК) оказывают непосредственное влияние на современную систему международных отношений. Мнения исследователей, касательно данной проблематики разнятся. С одной стороны, деятельность ТНК в реалиях настоящего времени является важной составляющей мировой экономики, огромная капитализация, рабочие места, крупнейшие Транснациональные компании активно развиваются по всему миру и вполне могут конкурировать с государственными секторами экономик различных государств, в которых они ведут свою деятельность.

Как правило, основной целью Транснациональных корпораций является извлечение максимально возможной прибыли при минимальных затратах. Но, основная опасность для современной системы международных отношений заключается в стремлении ТНК, на пути к достижению этой максимальной прибыли, применять различные средства и способы влияния на мировые международно-политические процессы. Лоббирование собственных интересов, образование собственной «Транснациональной» элиты – все это приводит к накоплению в руках глобальных корпораций «рычагов давления» на правительства различных государств [4, с. 95].

Транснациональные корпорации, осуществляя наращивание экономической мощи, все заметнее вмешиваются в сферу мировой политики, порой конкурируя с национальными суверенными государствами. Например, Частные военные компании (ЧВК) активно участвуют в военных конфликтах, заключая контракты на борьбу с терроризмом, охрану военных объектов и т.п. [2, с. 11]. Данный факт свидетельствует о применении Транснациональными компаниями, по своей сути, легитимного вооруженного насилия, которое ранее являлось исключительной прерогативой суверенных государств.

Тем не менее, существует позиция, согласно которой, ТНК оказывают положительное воздействие на формирование общественной безопасности, стабильного развития, создают предпосылки для

налаживания диалога, позволяют преодолевать национальные барьеры, развивают интеграцию между государствами, смягчают существующие противоречия [3, с. 112]. Но, стоит подчеркнуть, что примеры такой стратегия действий ТНК направлены на извлечение личной выгоды и прибыли, то есть Транснациональные корпорации всегда следуют лишь своим личным интересам, если поддержание стабильной ситуации в каком-либо регионе им соответствует, то, в таком случае, конечно, корпорации будут стремиться повлиять на это в положительную сторону, но, при других обстоятельствах ТНК не будут предпринимать действий, направленных в эту сторону, так как это не принесет личной выгоды и перспектив.

В 2012 году Национальным Советом США по разведке был подготовлен Отчет «Глобальные тенденции – 2030: альтернативные миры». В нем отмечалось, что Транснациональные корпорации наращивают свое влияние на мировую политику. В частности, исследователи вводят такой термин, как «негосударственный мир». В соответствии с данным прогнозом, ТНК, как негосударственные акторы международных отношений, будут доминировать в противостоянии глобальным вызовам, займут лидирующую позицию на мировой политической арене [3, с. 114]. Помимо этого, прогнозируется появление «Транснациональной» элиты. Государства пройдут определенный эволюционный этап, который сведет их функции, в основной своей массе, к координирующим, консультирующим. Во многом, подобный прогноз можно сравнить с антиутопичным произведением. Так, в творчестве известного русского философа, социолога Александра Александровича Зиновьева неоднократно затрагивается проблема глобализации и усилении роли Транснациональных корпораций, упадок суверенных государств и формирование «Транснациональной» элиты в объединенном обществе без фактических границ.

Современные Транснациональные компании имеют огромные экономические ресурсы, значительно влияя на мировую экономику и международные отношения. Так, в топ-7 ТНК по версии Forbes за 2021 год входят, в основном, китайские и американские компании (из семи ТНК лишь одна корпорация из Саудовской Аравии – нефтяная компания Saudi Arabian Oil Company). В основной массе, в топе находятся банковские и нефтедобывающие компании.

Российские ТНК, имея значительно меньший промежуток временного развития, в рамках капиталистической экономики, нежели ряд иностранных, в данном рейтинге занимают не совсем высокие позиции. На 51 месте Сбербанк, далее, ниже в рейтинге, идут, в основной своей массе, преимущественно, нефтяные и газодобывающие компании (Роснефть, Лукойл, Газпром, Сургутнефтегаз, Транснефть). Не смотря на довольно «скромные» показатели российских ТНК, в сравнении с иностранными корпорациями, отрасли нефте- и газодобычи активно влияют на политические процессы как внутри страны, так и на международном уровне. Например, дискуссии о важности и планы по строительству Северного потока 2. Газпром, выступая как ТНК, заинтересован в его строительстве, при этом, в международных переговорах участвует ряд государств Европы и Россия. Следовательно, Газпром, так или иначе, действует в рамках своей выгоды.

Транснациональные корпорации наращивают не только экономическую мощь, но и оказывают непосредственное влияние на международные политические процессы. Частные военные компании участвуют в вооруженных конфликтах, газовые, нефтяные гиганты лоббируют свои интересы в рамках переговорных процессов между суверенными государствами. Капитализация отдельно взятых корпораций превосходит ВВП целых стран.

Можно лишь сделать вывод о том, что со временем подобные процессы глобализации будут усиливаться. Суверенные государства, так или иначе, будут взаимодействовать с Транснациональными корпорациями. А элементы «надгосударственности» будут постепенно внедряться в систему современных международных отношений.

Список источников

1. Абросимова А. А. Перспективы функционирования ТНК в новых индустриальных странах / А. А. Абросимова, Н. А. Бударина. – Текст : непосредственный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 2 (52). – С. 52–54.

2. Евсюков А. А. Транснациональные корпорации в мировой политике и угрозы национальной безопасности / А. А. Евсюков. – Текст : непосредственный // Социально-политические науки. – 2016. – № 9. – С. 9–21.
3. Карпович О. Г. Роль и место транснациональных корпораций в системе негосударственных участников международных отношений / О. Г. Карпович. – Текст : непосредственный // Международные отношения. – 2017. – № 1. – С. 109–121.
4. Маруев А. Ю. Транснациональные корпорации в современной системе международных отношений / А. Ю. Маруев, А. А. Евсюков. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия: Политические науки. – 2018. – № 2. – С. 93–102.
5. Смагина В. И. Понятие и сущность ТНК / В. И. Смагина. – Текст : непосредственный // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – № 6. – С. 1–6.
6. Современные международные отношения : учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. А. И. Позднякова, В. К. Белозёрова, М. М. Васильевой. – Москва : Издательство Юрайт, 2019 – 318 с. – ISBN 978-5-534-09407-7. – Текст : непосредственный.
7. Хлутков А. Д. Транснациональный бизнес и вопросы международной экономической безопасности в современной мировой экономике / А. Д. Хлутков, И. А. Круглова. – Текст : непосредственный // Управленческое консультирование. – 2015. – № 4. – С. 107–113.

УДК 304.5

УНИЧТОЖЕНИЕ КЛАССОВ И ОТМИРАНИЕ ГОСУДАРСТВА: ПОЗИЦИЯ КЛАССИЧЕСКОГО МАРКСИЗМА И ЛЕНИНИЗМ

НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧглавный научный сотрудник, д. филос. н., профессор
ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»

Аннотация. Ленинская концепция отмирания государства изложенная в книге «Государство и революция» мало понятна, если не обратиться к пяти статьям «Письма издалека». Предполагалось, что сначала будет уничтожена только социальная несправедливость, которая вытекает из собственности отдельных лиц на средства производства, все общество будет одной фабрикой с равенством труда и равенством платы. Учет и контроль требуется для правильного функционирования первой фазы коммунистического общества. Все граждане превращаются здесь в служащих по найму у государства, но эта фабричная дисциплина, которую пролетариат распространит на все общество, не является ни идеалом, ни конечной целью, а только ступенькой для радикальной чистки общества от капиталистической эксплуатации. Различие позиций классического марксизма и ленинизма имеет не принципиальный характер, но связано с этапами развития общества. Марксизм описывал реальность классического капитализма, а ленинизм преобразовывал империализм как канун социалистической революции.

Ключевые слова: ленинская концепция, отмирание государства, государство и революция, письма издалека, социальная несправедливость, равенство труда, учет и контроль, первая фаза, коммунистическое общество, служащие по найму, фабричная дисциплина, капиталистическая эксплуатация, классический марксизм, ленинизм, империализм, социалистическая революция.

THE DESTRUCTION OF CLASSES AND THE WITHERING AWAY OF THE STATE: THE POSITION OF CLASSICAL MARXISM AND LENINISM

Nekrasov Stanislav Nikolayevich

Annotation. Lenin's concept of the withering away of the state set forth in the book "The State and the Revolution" is not very clear, if you do not refer to the five articles "Letters from afar". It was assumed that at first only social injustice, which results from the ownership of individuals for the means of production, would be destroyed, the whole society would be one factory with equality of labor and equality of wages. Accounting and control are required for the proper functioning of the first phase of communist society. All citizens here turn into employees for hire from the state, but this factory discipline, which the proletariat will extend to the whole of society, is neither an ideal nor an ultimate goal, but only a stepping stone for the radical cleansing of society from capitalist exploitation. The difference between the positions of classical Marxism and Leninism is not of a fundamental nature but is related to the stages of development of society. Marxism described the reality of classical capitalism, and Leninism transformed imperialism as the eve of the socialist revolution.

Key words: Lenin's concept, the withering away of the state, the state and the revolution, letters from afar, social injustice, equality of labor, accounting and control, the first phase, communist society, employees for hire, factory discipline, capitalist exploitation, classical Marxism, Leninism, imperialism, socialist revolution.

Истоки ленинской концепции отмирания государства мы видим в книге «Государство и революция», оконченной в сентябре 1917 г., но написанной в шалаше на пеньке в Разливе тем же летом, то есть до революции. Автор говорит о первом этапе на пути к коммунизму: установление диктатуры пролетариата, которая означает, с одной стороны, демократию для подавляющего большинства народа, с другой — насильственное исключение из нее всех прежних угнетателей народа. Однако книга эта мало понятна, если не обратиться к подготовительным работам и не прочитать «Письма издалека». Н.К. Крупская обращает внимание именно на это обстоятельство понимания книги в конкретно-историческом контексте, нужно прочитать также «Письма из далека»: «...„Письма из далека“. Их было пять („Первый этап первой революции“, „Новое правительство и пролетариат“, „О пролетарской милиции“, „Как добиться мира?“, „Задачи революционного пролетарского государственного устройства“). Напечатано было только первое письмо в день приезда Ленина в Питер, остальные лежали в редакции, а пятое не было даже послано в „Правду“. Начато оно было накануне отъезда в Россию. В этих письмах отразилось особо ярко, о чем думал Ильич в последнее время перед отъездом. Особо запомнилось то, что говорил тогда Ильич о милиции. Этому вопросу посвящено третье письмо из далека „О пролетарской милиции“. Оно было напечатано лишь после смерти Ильича, в 1924 году. В нем излагал Ильич свои мысли о пролетарском государстве. Тот, кто хочет до конца понять книжку Ленина „Государство и революция“, непременно должен прочесть это письмо „Из далека“. Вся статья эта дышит чрезвычайной конкретностью. Нового типа милиция, состоящая из поголовно вооруженных граждан, из всех взрослых граждан обоего пола,— вот о чем писал Ильич в этой статье. Эта милиция, кроме своих военных обязанностей, должна осуществлять правильно и быстро разверстку хлеба и других припасов, осуществлять санитарный надзор, следить за тем, чтобы всякая семья имела хлеб, чтобы всякий ребенок имел бутылку хорошего молока и чтобы ни один взрослый в богатой семье не смел взять лишнего молока, пока не обеспечены дети, чтобы дворцы и богатые квартиры не стояли зря, а дали приют бескровным и неимущим. „Кто может осуществить эти меры кроме всенародной милиции с непременным участием женщин наравне с мужчинами? Такие меры еще не социализм. Они касаются разверстки потребления, а не реорганизации производства“, — писал Ильич в этой статье» [1, с. 290-291].

А. Хегедюш подчеркивает содержание работы, описывающей первый этап: «Для осуществления демократии не будет — или «почти» не будет — нужды в специальном аппарате, поскольку вполне достаточно организации вооруженных масс. Сначала будет уничтожена только та социальная несправедливость, которая вытекает из собственности отдельных лиц на средства производства, а распределение средств потребления будет происходить не согласно нуждам, а согласно труду, то есть в том смысле, что поскольку другого права еще нет, то пока что останется «буржуазное право». Особого внимания потребует техника, иначе фабрики могут остановиться, возникнут неполадки в работе производственного аппарата. Именно потому, что существует необходимость организовать указанные отношения, государство как таковое продолжает существовать, хотя оно уже теряет собственные функции угнетения, так как призвано защищать вышеназванный способ распределения продукции и труда. Каждый гражданин будет состоять на службе у этой власти и получать от нее вознаграждение, причем эта власть тогда еще мыслилась в качестве единого механизма, функционирующего как всенародный «картель» [2, с. 44].

Сам В.И. Ленин полагал в книге «Государство и революция»: «Все общество будет одной конторой и одной фабрикой с равенством труда и равенством платы». В контексте это звучит так: «Учет и контроль - вот главное, что требуется для «налажения», для правильного функционирования первой фазы коммунистического общества. Все граждане превращаются здесь в служащих по найму у государства, каковым являются вооруженные рабочие. Все граждане становятся служащими и рабочими одного всенародного, государственного «синдиката». Все дело в том, чтобы они работали поровну, правильно соблюдая меру работы, и получали поровну. Учет этого, контроль за этим *упрощен* капитализмом до чрезвычайности, до необыкновенно простых, всякому грамотному человеку доступных операций наблюдения и записи, знания четырех действий арифметики и выдачи ответственных расписок.

Когда большинство народа начнет производить самостоятельно и повсеместно такой учет, такой

контроль за капиталистами (превращенными теперь в служащих) и за господами интеллигентами, сохранившими капиталистические замашки, тогда этот контроль станет действительно универсальным, всеобщим, всенародным, тогда от него нельзя будет никак уклониться, «некуда будет деться».

Все общество будет одной конторой и одной фабрикой с равенством труда и равенством платы» [3, с. 101].

Далее В.И. Ленин сообщает, что это состояние общества - вовсе не наш идеал: «Но эта «фабричная» дисциплина, которую победивший капиталистов, свергнувший эксплуататоров пролетариат распространит на все общество, никоим образом не является ни идеалом нашим, ни нашей конечной целью, а только ступенькой, необходимой для радикальной чистки общества от гнусности и мерзостей капиталистической эксплуатации и для дальнейшего движения вперед» [3, с. 101-102].

Со своей стороны А. Хегедюш резюмирует позицию вождя так: «Только в этот переходный период могут медленно вызреть условия для полного отмирания государства и на основе этого — условия для достижения высшей ступени коммунизма, но только в случае немедленного применения всех мер, направленных против бюрократизации, и, стало быть, необходима не только выборность должностей, но и их сменяемость. Вознаграждение служащих не должно превышать зарплаты рабочего. Происходит прямой переход к этапу, на котором каждый какое-то время является «бюрократом», и, таким образом, никто уже не сможет превратиться в бюрократа в обычном смысле слова» [2, с. 44-45].

У В.И. Ленина вопрос об отмирании государства получает практическую перспективу ближайшего будущего, если сравнивать с дальней перспективой сдачи государства в музей вместе с бронзовым топором, начертанной Ф. Энгельсом: «С того момента, когда все члены общества или хотя бы громадное большинство их сами научились управлять государством, сами взяли это дело в свои руки, «наладили» контроль за ничтожным меньшинством капиталистов, за господчиками, желающими сохранить капиталистические замашки, за рабочими, глубоко развращенными капитализмом, - с этого момента начинает исчезать надобность во всяком управлении вообще. Чем полнее демократия, тем ближе момент, когда она становится ненужной. Чем демократичнее «государство», состоящее из вооруженных рабочих и являющееся «уже не государством в собственном смысле слова», тем быстрее начинает отмирать всякое государство.

Ибо когда все научатся управлять и будут на самом деле управлять самостоятельно общественным производством, самостоятельно осуществлять учет и контроль туеядцев, баричей, мошенников и тому подобных «хранителей традиций капитализма», - тогда уклонение от этого всенародного учета и контроля неизбежно сделается таким неимоверно трудным, таким редчайшим исключением, будет сопровождаться, вероятно, таким быстрым и серьезным наказанием (ибо вооруженные рабочие - люди практической жизни, а не сентиментальные интеллигенты, и шутить они с собой едва ли позволят), что необходимость соблюдать несложные, основные правила всякого человеческого общежития очень скоро станет привычкой.

И тогда будет открыта настезь дверь к переходу от первой фазы коммунистического общества к высшей его фазе, а вместе с тем к полному отмиранию государства» [3, с. 102]. А как оценил перспективу отмирания государства Ф. Энгельс в книге «Происхождение семьи, частной собственности и государства: «Итак, государство существует не извечно. Были общества, которые обходились без него, которые понятия не имели о государстве и государственной власти. На определенной ступени экономического развития, которая необходимо связана была с расколом общества на классы, государство стало в силу этого раскола необходимостью. Мы приближаемся теперь быстрыми шагами к такой ступени развития производства, на которой существование этих классов не только перестало быть необходимостью, но становится прямой помехой производству. Классы исчезнут так же неизбежно, как неизбежно они в прошлом возникли. С исчезновением классов исчезнет неизбежно государство, Общество, которое по-новому организует производство на основе свободной и равной ассоциации производителей, отправит всю государственную машину туда, где ей будет тогда настоящее место: в музей древностей, рядом с прялкой и с бронзовым топором» [4, с. 173].

Эта перспектива слишком общая и она описана в разделе IX «Варварство и цивилизация». Однако все это было сказано еще до взятия пролетариатом власти и установления его диктатуры. То есть

до начала строительства социализма. Напротив, В.И. Ленин описывает уничтожение классов за два месяца до революции, через полгода после революции и через три года после революции и нам пора прислушаться к практическому опыту революционера через столетие. Мы видим, что различие позиций классического марксизма и ленинизма имеет не принципиальный и теоретический характер, но связано с историческим этапом развития общества. Марксизм описывал реальность классического капитализма со свободным рынком, а ленинизм революционно преобразовывал империализм как высшую стадию капитализма, канун социалистической революции.

Список источников

1. Крупская Н.К. Воспоминания о Ленине. М.: ИПЛ, 1968. – 503 с.
2. История марксизма : пер. с ит. : [в 4 т.] / [общ. ред. и предисл. Амбарцумова Е. А.]. - М. : Прогресс, 1984. т. 3, ч. 1, вып. 2: Марксизм в эпоху III Интернационала. От Октябрьской революции до кризиса 1929 года, вып. 2. - 1983. – 411 с.
3. Ленин В.И. Поли. собр. соч. т. 33. М.: ИПЛ, 1969. – 433 с.
4. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд., т. 29. М.: ГИПЛ, 1961.– 745 с.

УДК 304.5

СИЛА СОЦИАЛИСТИЧЕСКОГО СТРОЯ И МИРОВЫЕ ВОЙНЫ

НЕКРАСОВ СТАНИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧглавный научный сотрудник, д. филос. н., профессор
ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»

Аннотация. Материал контент-анализа и дискурс-анализа четырех стратегических выступлений И.В. Сталина дает обильную пищу для размышлений и выводов. В последний год войны ключом победы было определено - держать Германию в тисках между двумя фронтами. Социалистический строй, рожденный Октябрьской революцией, дал нашему народу и армии великую и непреодолимую силу. Советский народ стяжал славу героического народа-патриота. Сила советского патриотизма в том, что он имел своей основой не расовые или националистические предрассудки, а глубокую преданность и верность народу Советской Родине. В советском патриотизме гармонически сочетаются национальные традиции народов и общие жизненные интересы всех трудящихся Советского Союза. Лозунг «За нашу Советскую Родину!» шел рука об руку с лозунгом «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!» Западные историки говорят о доктрине Сталина - «Гитлеры приходят и уходят, а немецкий народ остается» - но на самом деле народы СССР всегда проявляли готовность жить в мире и дружбе с соседними государствами. Уроки Великой Отечественной войны до сих пор служат грозным предостережением для любителей военных авантур и поджигателей мировой войны.

Ключевые слова: контент-анализ, дискурс-анализ, четыре стратегических выступления, социалистический строй, советский народ, советский патриотизм, национальные традиции, жизненные интересы трудящихся, лозунг, доктрина Сталина, мир и дружба, мировая война.

THE POWER OF THE SOCIALIST SYSTEM AND WORLD WARS

Nekrasov Stanislav Nikolayevich

Annotation. the material of content analysis and discourse analysis of the four strategic speeches of I.V. Stalin provides abundant food for thought and conclusions. In the last year of the war, the key to victory was determined to keep Germany in a vice between two fronts. The socialist system generated by the October Revolution gave our people and army great and irresistible strength. The Soviet people gained the glory of a heroic patriot nation. The strength of Soviet patriotism lies in the fact that it was based not on racial or nationalist prejudices, but on the deep devotion and loyalty of the people to the Soviet Motherland. Soviet patriotism harmoniously combines the national traditions of the peoples and the common vital interests of all workers of the Soviet Union. The slogan "For our Soviet Motherland!" went hand in hand with the slogan "Proletarians of all countries, unite!" Western historians talk about Stalin's doctrine - "Hitlers come and go, but the German people remain" - but in fact the peoples of the USSR have always shown a willingness to live in peace and friendship with neighboring states. The lessons of the Great Patriotic War still serve as a terrible warning for lovers of military adventures and arsonists of the World War.

Key words: content analysis, discourse analysis, four strategic speeches, socialist system, Soviet people, Soviet patriotism, national traditions, vital interests of workers, slogan, Stalin's doctrine, peace and friendship, World War.

Автору пришлось провести самый простой поиск истины в контексте понимания нашими предками природы и источников силы советского социалистического строя как источников победы в мировой войне – автор взял неизданный при жизни Верховного главнокомандующего пятнадцатый том сочинений И.В. Сталина. Этот том, как говорит его редактор Р.И. Косолапов, был написан «на коленке» в эпоху ельцинского беспредела. При сравнении речей и приказов эпохи Великой войны за четыре военных года мы получаем уникальный для аналитики материал. Выступления на самых важных мероприятиях периода войны с точки зрения идеологической, культурной и мировоззренческой оказываются уникальными для прояснения динамики целостной позиции правящей партии и правительства. Съезды партии в войну прервались, выступления по общим вопросам были заменены поручениями, распоряжениями и короткими приказами оперативного и стратегического звучания: ими наполнен весь пятнадцатый том. Но уже материал контент-анализа и дискурс-анализа четырех стратегических выступлений И.В. Сталина дает обильную пищу для размышлений и выводов. Осталось уточнить детали. Позиции противника были значительно слабее и достаточно только посмотреть запись застольных бесед Гитлера [1].

6 ноября 1944 г. в Докладе на торжественном заседании Московского Совета депутатов трудящихся с партийными и общественными организациями города Москвы И.В. Сталин формулирует ключ победы: «Задача состоит в том, чтобы держать Германию и впредь в тисках между двумя фронтами. В этом ключ победы» [2, с.195]. Но далее речь идет о великом подвиге советского народа: «Если Красная Армия смогла успешно выполнить свой долг перед Родиной и изгнала немцев из пределов Советской земли, то она сделала это благодаря тому, что ее беззаветно поддерживала с тыла вся наша страна, все народы нашей страны. Самоотверженная работа всех советских людей – рабочих, крестьян, интеллигенции, равно как руководящая деятельность наших государственных и партийных органов, проходила в истекшем году под знаменем “все для фронта”».

И.В. Сталин подчеркивает: «Социалистический строй, порожденный Октябрьской революцией, дал нашему народу и нашей армии великую и непреодолимую силу. Советское государство, несмотря на тяжелое бремя войны, несмотря на временную оккупацию немцами весьма больших и экономически важных районов страны, в ходе войны не сокращало, а год от года увеличивало снабжение фронта вооружением и боеприпасами. Теперь Красная Армия имеет танков, орудий, самолетов не меньше, а больше, чем немецкая армия. Что касается качества нашей боевой техники, то в этом отношении она намного превосходит вооружение врага. Подобно тому, как Красная Армия в длительной и тяжелой борьбе один на один одержала военную победу над фашистскими войсками, труженики советского тыла в своем единоборстве с гитлеровской Германией и ее сообщниками одержали экономическую победу над врагом. Советские люди отказывали себе во многом необходимом, шли сознательно на серьезные материальные лишения, чтобы больше дать фронту. Беспрецедентные трудности нынешней войны не сломили, а еще более закалили железную волю и мужественный дух советского народа. Наш народ по праву стяжал себе славу героического народа» [2, с.196].

И.В. Сталин утверждает: «Наш рабочий класс отдает все свои силы для дела победы, непрерывно совершенствует технику производства, увеличивает мощность промышленных предприятий, воздвигает новые фабрики и заводы. Рабочий класс Советского Союза совершил великий трудовой подвиг в нынешней войне».

Наша интеллигенция смело идет по пути новаторства в области техники и культуры, успешно развивает современную науку, творчески применяет ее достижения в производстве вооружения для Красной Армии. Советская интеллигенция своим созидательным трудом внесла неоценимый вклад в дело разгрома врага.

Армия не может воевать и побеждать без современного вооружения. Но она не может также воевать и побеждать без хлеба, без продовольствия. Красная Армия на четвертом году войны благодаря заботам колхозного крестьянства не испытывает недостатка в продовольствии. Колхозники и колхозницы снабжают рабочих и интеллигенцию продовольствием, а промышленность сырьем, обеспечивают нормальную работу заводов и фабрик, изготовляющих вооружение и снаряжение для фронта. Наше колхозное крестьянство активно и с полным сознанием своего долга перед Родиной содействует Красной Армии в достижении победы над врагом.

Навсегда войдут в историю беспримерные трудовые подвиги советских женщин и нашей славной молодежи, вынесшей на своих плечах основную тяжесть труда на фабриках и заводах, в колхозах и совхозах. Во имя чести и независимости Родины советские женщины, юноши и девушки проявляют доблесть и героизм на фронте труда. Они оказались достойными своих отцов и сыновей, мужей и братьев, защищающих Родину от немецко-фашистских извергов.

Трудовые подвиги советских людей в тылу, равно как и немеркнущие ратные подвиги наших воинов на фронте, имеют своим источником горячий и животворный советский патриотизм.

Сила советского патриотизма состоит в том, что он имеет своей основой не расовые или националистические предрассудки, а глубокую преданность и верность народа своей Советской Родине, братское содружество трудящихся всех наций нашей страны. В советском патриотизме гармонически сочетаются национальные традиции народов и общие жизненные интересы всех трудящихся Советского Союза. Советский патриотизм не разъединяет, а, наоборот, сплачивает все нации и народности нашей страны в единую братскую семью. В этом надо видеть основы нерушимой и все более крепнущей дружбы народов Советского Союза» [2, с.197].

Лозунг «За нашу Советскую Родину» шел рука об руку с лозунгом «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!». Западные историки говорят о доктрине Сталина - «Гитлеры приходят и уходят, а немецкий народ остается», но на самом деле все обстояло по-иному. Сам И.В. Сталин пояснял это так: «В то же время народы СССР уважают права и независимость народов зарубежных стран и всегда проявляли готовность жить в мире и дружбе с соседними государствами. В этом надо видеть основу растущих и крепнущих связей нашего государства со свободолюбивыми народами.

Советские люди ненавидят немецких захватчиков не потому, что они люди чужой нации, а потому, что они принесли нашему народу и всем свободолюбивым народам неисчислимы бедствия и страдания. В нашем народе издавна говорят – “Не за то волка бьют, что он сер, а за то, что он овцу съел”.

Немецкие фашисты избрали своим идеологическим оружием человеконенавистническую расовую теорию в расчете на то, что проповедь звериного национализма создаст морально-политические предпосылки господства немецких захватчиков над поработенными народами. Однако политика расовой ненависти, проводимая гитлеровцами, стала на деле источником внутренней слабости и внешнеполитической изоляции немецко-фашистского государства. Идеология и политика расовой ненависти являются одним из факторов развала гитлеровского разбойничьего блока.

Нельзя считать случайностью тот факт, что против немецких империалистов поднялись не только поработенные народы Франции, Югославии, Польши, Чехословакии, Греции, Бельгии, Дании, Норвегии, Голландии, но и бывшие вассалы Гитлера – итальянцы, румыны, финны, болгары. Гитлеровская клика своей людоедской политикой восстановила против Германии все народы мира, а так называемая “избранная немецкая раса” стала предметом всеобщей ненависти.

В ходе войны гитлеровцы понесли не только военное, но и морально-политическое поражение. Утвердившаяся в нашей стране идеология равноправия всех рас и наций, идеология дружбы народов одержала полную победу над идеологией звериного национализма и расовой ненависти гитлеровцев.

Теперь, когда Отечественная война идет к победоносному концу, во всем величии встает историческая роль советского народа. Ныне все признают, что советский народ своей самоотверженной борьбой спас цивилизацию Европы от фашистских погромщиков. В этом великая заслуга советского народа перед историей человечества» [2, с.198].

После Победы И.В. Сталин поднял два великих тоста. Так, после парада Победы он сказал:

«Товарищи, разрешите мне поднять еще один, последний тост.

Я хотел бы поднять тост за здоровье нашего советского народа, и прежде всего русского народа.

Я пью, прежде всего, за здоровье русского народа потому, что он является наиболее выдающейся нацией из всех наций, входящих в состав Советского Союза.

Я поднимаю тост за здоровье русского народа потому, что он заслужил в этой войне общее признание как руководящей силы Советского Союза среди всех народов нашей страны.

Я поднимаю тост за здоровье русского народа не только потому, что он руководящий народ, но и

потому, что у него имеется ясный ум, стойкий характер и терпение.

У нашего правительства было немало ошибок, были у нас моменты отчаянного положения в 1941–1942 годах, когда наша армия отступала, покидала родные нам села и города Украины, Белоруссии, Молдавии, Ленинградской области, Прибалтики, Карело-Финской республики, покидала, потому что не было другого выхода. Иной народ мог бы сказать правительству: вы не оправдали наших ожиданий, уходите прочь, мы поставим другое правительство, которое заключит мир с Германией и обеспечит нам покой. Но русский народ не пошел на это, ибо он верил в правильность политики своего правительства, и пошел на жертвы, чтобы обеспечить разгром Германии. И это доверие русского народа Советскому правительству оказалось той решающей силой, которая обеспечила историческую победу над врагом человечества – над фашизмом.

Спасибо ему, русскому народу, за это доверие!

За здоровье русского народа! [2, с.228]

А 27 июня того же года он произнес: «Не думайте, что я скажу что-нибудь необычайное. У меня самый простой, обыкновенный тост. Я бы хотел выпить за здоровье людей, у которых чинов мало и звание незавидное. За людей, которых считают “винтиками” великого государственного механизма, но без которых все мы – маршалы и командующие фронтами и армиями, говоря грубо, ни черта не стоим. Какой-либо “винтик” разладился – и кончено. Я подымаю тост за людей простых, обычных, скромных, за “винтики”, которые держат в состоянии активности наш великий государственный механизм во всех отраслях науки, хозяйства и военного дела. Их очень много, имя им легион, потому что это десятки миллионов людей. Это – скромные люди. Никто о них не пишет, звания у них нет, чинов мало, но это – люди, которые держат нас, как основание держит вершину. Я пью за здоровье этих людей, наших уважаемых товарищей» [2, с. 323].

В августе 1945 г. мы победили императорскую милитаристскую Японию. С детства автор помнит разговоры о том, что мира с самураями еще нет. Но Победа над ними была и есть. И мы помним это. На отцовской медали «За победу над Японией» профиль вождя правый, а на медали «За победу над Германией» - профиль левый. Таким было сталинское воплощение двуглавого орла в 1945 г. после Второй Мировой войны. Начало Третьей мировой войны (по определению Папы римского) в 2013 г. ставит заново вопрос об источниках победы той или иной стороны. А Папа Римский сказал, что война уже началась: «На траурной мессе в память о ветеранах Первой мировой войны, которая прошла на мемориальном кладбище в Редипулья на северо-востоке Италии, Папа Римский Франциск произнес речь, явно не внушившую оптимизма верующим. Понтифик заявил, что Третья мировая война уже началась» [3]. В сообщениях это звучит так: «Война – это безумие! Войны уничтожают надежды и чаяния поколений. Третья мировая война уже началась, частично», — цитирует слова Франциска агентство ИТАР-ТАСС [3].

Начало и развитие войны на протяжении восьми лет обостряет вопрос о необходимости использования мобилизационного опыта социалистического общества и идеологических источников победы социалистического строя в мировом столкновении. Напомним, что дата начала Второй Мировой войны до сих пор является плавающей в работах видных историков. Официальная дата 1 сентября 1939 г. подвергается сомнению и часто относится к началу войны в Испании 1936-1939 гг. или к японскому вторжению в Манчжурию в 1931 г. [4]. Иногда началом войны считают ремилитаризацию Рейнской области как хорошо продуманное действие со стороны А. Гитлера и важную часть его плана войны.

Начало и конец любой войны, в том числе мировой являются лишь продуктами исторической хронологии событий. Главный урок в другом: в роли и векторе движения народных масс. В известном базовом учебнике «История Коммунистической партии Советского Союза» это фиксируется так: «Уроки Великой Отечественной войны, всей второй мировой войны наглядно подтверждают величайшую роль народных масс в процессе исторического развития. Именно благодаря усилиям народных масс, боевой деятельности их авангарда— коммунистических и рабочих партий вторая мировая война из империалистической, какой она была вначале с обеих воюющих сторон, превратилась со стороны антигитлеровской коалиции в справедливую, освободительную войну. Победа Советского Союза над фашистскими агрессорами — это победа советского строя, его Вооруженных Сил над империалистическими

захватчиками, претендовавшими на мировое господство. Империалисты рассчитывали, что во второй мировой войне будет уничтожена или непоправимо ослаблена страна социализма. В действительности же огромный урон понесла капиталистическая система. От нее отпал ряд стран Европы и Азии, в которых утвердился народно-демократический строй.

Красная Армия спасла народы Европы от фашистского порабощения, а народы Азии — от гнета японского империализма. В операциях по освобождению зарубежных стран участвовало свыше 7 миллионов советских воинов. Более 1 миллиона из них отдали свою жизнь за их освобождение. Оказав помощь угнетенным народам, советский народ показал на деле свой пролетарский интернационализм, международную солидарность с трудящимися всех стран. Все прогрессивное человечество воочию убедилось, что Советский Союз — стойкий поборник свободного национального развития народов, несокрушимая опора в борьбе за демократию, мир и свободу.

Уроки Великой Отечественной войны служат грозным предостережением для разных любителей военных авантур. Они наглядно подтверждают, что враг, начавший войну против Советской страны, неизбежно терпит поражение, что силы социализма, прогресса неодолимы, планы империалистических претендентов на мировое господство неосуществимы» [5, с. 514].

Список источников

1. Пикер Г. Застольные разговоры Гитлера. - Смоленск : Русич, 1998. - 484 с.
2. Сталин И.В. Сочинения, т. 15. М.: Издательство «Писатель», 1997. - 244 с.
3. Третья мировая война началась – Папа Римский. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tvzvezda.ru/news/201409131745-2lkz.htm>
4. Сория Ж. Война и революция в Испании, 1936-1939. М. : Прогресс, 1987. т. 2. – 324 с.
5. История Коммунистической партии Советского Союза/Б. Н. Пономарев, М. С. Волин, В. С. Зайцев и др.— 6-е изд., доп.— М.: Политиздат, 1982.— 784 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ

УДК 31

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ И ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЁЖИ

ГЛотова Ульяна Михайловна

студент

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

Научный руководитель: Васильева Екатерина Николаевна

д. с. н., доцент,

профессор Волгоградского государственного университета

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы занятости и трудоустройства среди российской молодёжи. На основе анализа данных, полученных в ходе исследования, был выявлен уровень удовлетворённости молодёжи качеством предоставляемых услуг в сфере занятости. Систематизированы направления деятельности по формированию системы социальной поддержки трудоустройства молодых людей.

Ключевые слова: рынок труда, молодёжь, гендерные стереотипы, программа содействия занятости молодёжи, трудоустройство.

EVALUATION OF THE ACTIVITIES OF INSTITUTIONS OF THE VOLGOGRAD REGION IN THE FIELD OF EMPLOYMENT AND YOUTH EMPLOYMENT

Glotova Uliana Mikhailovna*Scientific adviser: Vasilieva Ekaterina Nikolaevna*

Abstract: The article discusses the problems of employment and employment among Russian youth. Based on the analysis of the data obtained during the study, the level of satisfaction of young people with the quality of services provided in the field of employment was revealed. The directions of activities for the formation of a system of social support for the employment of young people are systematized.

Key words: labor market, youth, gender stereotypes, youth employment promotion program, employment.

Рынок труда молодёжи является важнейшим компонентом экономической системы. В функциональные обязанности элемента входят не только перераспределение рабочей силы и оснащение работой незанятого населения, но и социализация молодых граждан, передачи опыта новым поколениям. Исходя из этого, решение проблем занятости и трудоустройства молодёжи — это необходимая задача для государства.

Масштабность проблемы определяется рядом факторов:

- количество численности молодёжи: социально-демографическая группа составляет более 45% от доли всего трудоспособного населения страны,

- качество и уровень профессиональной подготовки молодых людей: от профессиональной компетенции группы зависит успешность будущего страны и мира,

- демографические проблемы в стране: демографическая нагрузка (по данным Федеральной службы государственной статистики на 2021 год) имеет показатель 785 человек на 1000 граждан трудоспособного возраста [1]. По причине изменений социально-политической реальности, «демографическая яма» будет увеличиваться.

Кроме того, могут измениться гендерные стереотипы работодателей. Если предшествующие годы кандидатура девушки рассматривалась под призмой материнства и его издержек, то сегодня реализуется ряд стратегических программ, по итогам реализации которых женщины будут более востребованы в роли работника. Этому способствуют подпрограммы национального проекта «Демография», направленные на поддержку женщин, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 1,5 лет и в возрасте от 1,5 до 3 лет.

В Волгоградской области действует федеральный проект «Долгосрочная программа содействия занятости молодежи на период до 2030 года». Её цель — это раскрытие потенциала молодых граждан в трудовой, предпринимательской, профессиональной сфере. Особое значение данная программа имеет для молодых людей и выпускников, чья специальность не особо востребована, что вызывает высокую вероятность безработицы.

Ещё одним примером решения вопросов молодёжной занятости следует отнести создание и активная деятельность «Российских Студенческих Отрядов» (РСО). Отделения организации существуют в 74 регионах нашей страны, в том числе и Волгоградской области. РСО направлены на трудовую деятельность, социализацию студентов и выработке гибких навыков.

Государственная служба занятости населения действует в установленных законом рамках, осуществляя регулирование безработицы и занятости населения, способствует комплексному решению проблем безработных граждан, также реализует стратегии молодёжной политики: вопросы профориентации, трудоустройства молодых людей. Более 87 тыс. волгоградцев в 2021 г. обратились за помощью в трудоустройстве в Центр занятости населения. Сотрудники предлагают свою помощь в трудоустройстве, оформляют различные договоры для получения материальных выплат, способствуют поиску вакантных мест. Несмотря на некоторые негативные оценки деятельности центров занятости, служба занятости необходимый инструмент государства, которому отданы функции регулирования и мониторинга состояния рынка труда. По состоянию и роли службы занятости можно рассматривать насколько эффективна социальная политика страны.

В рамках межведомственного взаимодействия Центров занятости населения, работодателей региона, муниципалитета проходит трудоустройство школьников. Так, юные волгоградцы, чей возраст 14-18 лет, в летний период получили официальную заработную плату (не ниже МРОТ) и выплаты от региона в размере 1500 рублей.

Центр «Мой бизнес» провёл тематические тренинги и вебинары для волгоградцев. Проект нацелен на реализацию предпринимательских амбиций граждан. Молодые люди смогут узнать о создании собственной маркетинговой стратегии, о процессе бизнес-аналитики для развития собственного социального предприятия.

Кроме того, работодатели в этом году получают субсидированную поддержку от региона в размере 50 тыс. рублей, если согласятся взять к себе молодого специалиста. Данная поддержка показала позитивное влияние: за первый квартал 2022 было получено более 400 заявок.

В связи с поменявшейся политикой сотрудничества с Россией других стран, Волгоградская область получит 500 млн. рублей из Федерального центра. Предполагается, что эта мера будет минимизировать ущерб на региональном рынке труда, которые могут нанести санкции.

Образовательные учреждения Волгоградской области способствуют трудоустройству молодёжи. В общеобразовательных учреждениях в старших классах проводятся профориентационные уроки, профессиональные образовательные учреждения осуществляют не только обучение, но и информирование абитуриентов, по выбранными ими специальностям. В рамках образовательной программы студенты проходят практику в учреждениях, где могут познакомиться с работодателями, узнать о тонко-

стях работы в выбранной специальности. Также в профессиональных образовательных учреждениях организуются мероприятия стажировки, «Дни карьеры», «Ярмарка Вакансий» и отделения российских студенческих отрядов.

Выпускники волгоградских вузов и колледжей востребованы на рынке труда. Например, Волгоградский государственный университет ежегодно публикует отчёт о том, какое количество выпускников на данный момент работает. Так, из общего числа 1081 выпускников ВолГУ: 302 продолжили обучение, 634 трудоустроены, 145 не работают. Исходя из полученных сведений, многие молодые люди строят свою карьеру после окончания обучения.

Таким образом, существуют различные варианты решения проблем трудоустройства молодёжи в России. Учреждения Волгоградской области успешно перенимают федеральный опыт, внедряя социальные инновации в локальные организации. Несмотря на социальные, политические и экономические вызовы времени, рынок труда быстро изменяется под новую реальность. Отрасль развивается вместе с общественным прогрессом: трудоустройство граждан становится более комфортным, удобным и простым.

Список источников

1. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_chislen_nasel-pv_01-01-2021.pdf (дата обращения: 29.01.2023).

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ФИНАНСЫ И РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 30 января 2023 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 31.01.2023.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 8,5

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

www.naukaip.ru

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

| Дата | Название конференции | Услуга | Шифр |
|----------|--|----------------------|---------|
| 5 марта | XXVII Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1638 |
| 5 марта | IV Международная научно-практическая конференция БОЛЬШАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1639 |
| 5 марта | IX Международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1640 |
| 5 марта | II Международная научно-практическая конференция ОБРАЗОВАНИЕ, ВОСПИТАНИЕ И ПЕДАГОГИКА: ТРАДИЦИИ, ОПЫТ, ИННОВАЦИИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1641 |
| 5 марта | XII Международная научно-практическая конференция ЮРИСПРУДЕНЦИЯ, ГОСУДАРСТВО И ПРАВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1642 |
| 10 марта | II Международная научно-практическая конференция СОВРЕМЕННАЯ НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1643 |
| 10 марта | III Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1644 |
| 15 марта | II Международная научно-практическая конференция ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ И ПРИКЛАДНАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1645 |
| 15 марта | XLII Международная научно-практическая конференция НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: СОХРАНЯЯ ПРОШЛОЕ, СОЗДАЁМ БУДУЩЕЕ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1646 |
| 17 марта | XVII Всероссийская научно-практическая конференция МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ РОССИИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1647 |
| 17 марта | X Международная научно-практическая конференция НОВЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1648 |
| 20 марта | IV Международная научно-практическая конференция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЩЕСТВА, НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1649 |
| 20 марта | XVI Международная научно-практическая конференция СТУДЕНЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1650 |
| 23 марта | II Международная научно-практическая конференция НАУЧНЫЙ ФОРУМ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1651 |
| 23 марта | VII Международная научно-практическая конференция НАУКА И СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1652 |
| 25 марта | VII Международная научно-практическая конференция РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1653 |
| 25 марта | XVI Международная научно-практическая конференция ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА | 90 руб. за 1 стр. | МК-1654 |
| 25 марта | XIX Международная научно-практическая конференция ПЕДАГОГИКА И СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ТРАДИЦИИ, ОПЫТ И ИННОВАЦИИ | 90 руб. за 1 стр. | МК-1655 |

www.naukaip.ru