

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

РЭУ.РФ

РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

***АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ***

***XV Международная студенческая
научно-практическая конференция***

Сборник научных трудов

Оренбург – 2023

УДК 33:37
ББК 65.9(2)29
А 43

Ответственный редактор
Л.В. Портнова – к.э.н., доцент

Редакционная коллегия:
Л.В. Золотова – к.э.н., доцент; О.С. Лазарева – к.э.н., доцент;
Е.В. Лаптева, к.э.н., доцент; Л.В. Портнова – к.э.н., доцент

Издано в авторской редакции

Актуальные проблемы и перспективы развития экономики и образования в современных условиях: электронный сборник XV Международной студенческой научно-практической конференции, проведенной 10 апреля 2023 года. – Волгоград: ООО «Сфера», 2023. – 218 с.

Электронный сборник научных трудов содержит материалы XV Международной студенческой научно-практической конференции, проведенной 10 апреля 2023 года в Оренбургском филиале РЭУ им. Г.В. Плеханова. Освещены актуальные проблемы экономической деятельности и образования в России и странах ближнего зарубежья.

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

ISBN 978-5-00186-134-8

© Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2023

Содержание

Секция 1

Социальная, гуманитарная и естественнонаучная парадигма экономической деятельности

	6
<i>Баширова К.Р. Бренд как фактор конкурентоспособности</i>	6
<i>Гончарова К.Е., Кузнецова А.В. Реклама как фактор повышения экономического образования населения</i>	11
<i>Елисеев В.О., Стройнов Д.П. Экономические смыслы в поэме Иоганна Вольфганга фон Гёте «Фауст»</i>	17
<i>Игнатъев А.М. О размещении электрогенерирующих мощностей в Республике Татарстан</i>	21
<i>Латыпова Р.М. Демографические и миграционные аспекты современной экономики</i>	27
<i>Летунова Н.В. Экономический потенциал Арктики и соперничество стран в арктической зоне</i>	31
<i>Негуч З.Р. Система государственной гражданской службы</i>	34
<i>Облёзова Е.А. Оценка динамики уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации</i>	39
<i>Петров В.Е., Галимов И.Р. Социально-этические проблемы в маркетинге</i>	45
<i>Пильгун А.Е. Монеты как носители особых знаков и символов</i>	51
<i>Понкратов С.В. Европа: имперский проект Наполеона Бонапарта</i>	57
<i>Сыроваткина Т.Е. Цифровая финансовая грамотность и способы её повышения</i>	63

Секция 2

Потребительский рынок: состояние, тенденции и перспективы развития

	68
<i>Игнатъева Д.Д. Статистический анализ рынка гречневой крупы в России</i>	68
<i>Кадырова Т.С., Малахов В.А. Статистическое исследование сегментов российского рынка парфюмерии</i>	72
<i>Сагаева С. Б. Рынок сои в Российской Федерации: состояние и тенденции развития</i>	77

Секция 3

Экономико-правовое регулирование предпринимательской деятельности

	83
<i>Вальчук Р.С. Правовые вопросы международного сотрудничества в сфере экономической безопасности</i>	83
<i>Деркач А.А. Основные способы фальсификации ювелирных изделий</i>	87

Секция 4

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

<i>Багателия О.А. Система негосударственных пенсионных фондов</i>	92
<i>Захарова А.А. Роль нефтегазовых доходов в формировании бюджетов Российской Федерации</i>	97
<i>Кривоносова Е.Н. Анализ динамики и структуры денежных доходов населения России</i>	100
<i>Куценко К. Н. Сетевые финансы: различные подходы к понятию и их особенности</i>	105
<i>Неясова Н.А. Финансы населения Оренбургской области в условиях экономической нестабильности</i>	110
<i>Савина Э.А. Лизинг для малого и среднего бизнеса</i>	114
<i>Цицилина О.В. Экономические и нормативные основы планирования средств на оплату труда в казенных учреждениях</i>	119

Секция 5

Современное состояние и перспективы учета и контроля

<i>Варивончик А.Е. Развитие инструментов оперативного контроллинга денежных потоков и затрат</i>	126
<i>Куванова Т.С. Понятие, классификация и анализ дебиторской задолженности организации</i>	130
<i>Тиханская А.Г. Совершенствование мониторинга кредитоспособности контрагентов – покупателей нефти, газа и нефтепродуктов</i>	138
<i>Черноусова К.А. Контроль доходов и расходов в управляющих компаниях ЖКХ</i>	142

Секция 6

Актуальные тенденции управления современным предприятием

<i>Аль-Раби Р.И. Аналитический инструментарий прогноза и оценки финансовых результатов компании</i>	146
<i>Андрш Э. Трансформация сбора корректных данных о клиентах и их ценности для бизнеса</i>	150
<i>Белова А.В. Создание благоприятного социально-психологического микроклимата путем взаимодействия персонала с представителями животного мира</i>	155
<i>Гавина М.С. Специфика принципов управленческой этики</i>	160
<i>Демидова О. Ю. Стратегия ценообразования ООО «А7 Агро–ОМК»</i>	164
<i>Изотова Е.М. Классификация рисков в экономической литературе</i>	167
<i>Козлов Д.Д., Луховской А.Г. Облачные технологии как инструмент</i>	172

<i>информационной мобилизации бизнеса в цифровой экономике</i>	
<i>Кубжанов Д.А. Антикризисное управление в строительных проектах</i>	177
<i>Нестерова Д.Г. Анализ ликвидности и платежеспособности организации</i>	182
<i>Пикельнер Н.Б. Анализ показателей рентабельности организации ООО «Тенториум»</i>	186
<i>Плотникова А.Е. Эффективность использования кейс-метода при отборе персонала</i>	190
<i>Шилина Н.Н. Анализ доходов и расходов организации</i>	194

Секция 7

Современные тенденции развития образования

<i>Агаева Э.О. Применение информационных технологий в процессе изучения иностранного языка</i>	199
<i>Зайцева Ю.Е. Влияние постмодернизма на современное образование</i>	203
<i>Калдузова Л.П. Биографический жанр в современной исторической науке и в школьной истории</i>	207
<i>Купинова В.В., Милохина Б.А. Потенциал литературного произведения как метода изучения английского языка на примере романа Брэма Стокера «Дракула»</i>	212

Секция 1

Социальная, гуманитарная и естественнонаучная парадигма экономической деятельности

УДК 339.138

Бренд как фактор конкурентоспособности

К.Р. Баширова, студент

*Научный руководитель: О.С. Лазарева, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. «Бренд» - это довольно новый для российской прикладной науки термин, пришедший из английского языка. В английском языке слово «brand» изначально обозначало клеймо, которое выжигалось на изделиях для отметки их принадлежности собственности или определенному производителю. Одно из первых развернутых определений брендинга было дано Американской ассоциацией маркетинга в 1981 г.: «бренд» - это имя, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров и услуг одного продавца или группы продавцов и для отличия их от товаров и услуг конкурентов.

Ключевые слова: бренд, конкурентоспособность, потребитель, компания, X5 Retail Group, Магнит.

Abstract. "Brand" is a fairly new term for Russian applied science, which came from the English language. In English, the word "brand" originally meant a brand that was burned on products to mark their ownership or a certain manufacturer. One of the first detailed definitions of branding was given by the American Marketing Association in 1981: "brand" is a name, term, sign, symbol or design, as well as their combinations, which are intended to identify the goods and services of one seller or a group of sellers and to distinguish them from the goods and services of competitors.

Keywords: brand, competitiveness, consumer, company, X5 Retail Group, Magnet.

На сегодняшний день история торговых марок в России насчитывает уже более десятка лет. Сегодня можно подвести промежуточный итог, обсудить особенности и закономерности функционирования и развития брендов в России, а также оценить эффективность их использования.

Бренд — это совокупность уникальных характеристик, отличающих компанию от остальных организаций. Брендом чаще всего называют известные

компании, символика и продукт которых узнаваем аудиторией. В этом его основное отличие от торговой марки [1].

Составляющими бренда являются название компании, логотип и фирменный стиль, а также отличительные особенности, присущие только этой компании.

Проще говоря, бренд-это набор атрибутов, ассоциаций и образов. Бренд может сделать продукт узнаваемым для целевой аудитории и выделить его на фоне конкурентов.

Важно понимать, что такое бренд с точки зрения компании и ее целевой аудитории. Ведь в создании и продвижении брендов участвуют как потребители, так и маркетологи. Не всегда удается создать в восприятии людей образ, заданный маркетологом.

С точки зрения компании, бренд-это система идентификации, инструмент снижения рисков и носитель информации с добавленной стоимостью. Это нематериальный актив, возможность донести свою ценность до потребителей и "утвердиться" в сознании клиентов.

С точки зрения потребителя, бренд-это общий образ, возникающий при упоминании компании или ее продукции. Это также обещание качества и выгоды от владения продуктом.

Развитие бренда позволяет увеличить доход, повысить доверие, сократить расходы на продвижение.

Конкуренцию брендов можно определить, как способность конкурента соперничать с другими брендами на рынке в заданное время. Конкурентоспособность бренда - это его свойство, а степень (либо уровень) конкурентной способности - показатель этой характеристики, дающий условную характеристику возможности бренда удовлетворять требования определенной мотивированной аудитории в рассматриваемый период времени в сравнении с соперничающими торговыми марками.

Согласно Википедии, бренд-это фабричная марка или товарный знак, который высоко ценится потребителями.

Обратите внимание, что понятие бренда несколько более узкое, чем понятие компании. В результате одна компания может владеть несколькими брендами. Например, Google-это бренд, а Alphabet-компания.

В данной статье приведены примеры самых дорогих и известных брендов в мире.

Лидером списка и самым дорогим брендом в мире является — Apple.

Сейчас эмблема Apple известна многим, ведь ее рейтинговые агентства оценивают бренд в \$355 млрд.

Amazon – это американская ритейл-компания, занимающаяся продажей и поставкой различных товаров через интернет.

По общей оценке, на текущий момент в компании работает порядка 1 миллиона сотрудников, активов в корпорации более чем на 321 млрд., а годовой оборот составляет порядка \$458 миллиардов.

Самый крупный поисковик в Интернете под названием Google известен всем пользователям глобальной сети. Это и сделало Google третьим самым дорогим брендом в мировом рейтинге.

Эксперты оценили стоимость бренда в 263 миллиардов долларов, тем самым сделав его третьим по стоимости в мире.

Четвертым самым богатым брендом в мире является Microsoft. Всемирно известную корпорацию Microsoft основал в 1975 году, сегодня самый богатый человек в мире – Билл Гейтс.

В настоящее время Microsoft является одним из лидеров на рынке программного обеспечения для ПК, выпуская операционные системы Windows нового поколения и прикладные приложения к документам - Office. Самая крупная поисковая сеть в Интернете под названием Google известна всем пользователям глобальной сети. Бренд Microsoft оценивают в \$184 млрд.

Бренд Samsung известен на международном рынке как производитель электробытовой техники. Она была основана в 1938 году в Южной Корее. В 1969 произошло слияние Sanyo и Samsung, и родился концерн Samsung Group.

Бренд Samsung эксперты оценивают в \$107 млрд.

Несмотря на свою популярность, Facebook в начале 2021 года потерял позиции и сейчас занимает лишь седьмое место в рейтинге самых ценных брендов мира. Сегодня Facebook приносит более \$22 миллиардов чистой прибыли в год за счет рекламы.

Бренд Facebook оценивают в \$101 млрд.

Coca-Cola, самый популярный в мире бренд безалкогольных напитков, ежегодно приносит компании более 6 миллиардов долларов чистой прибыли. Знаменитый бренд напитков был основан в 1882 году. Сегодня в продуктовой линейке компании выпускаются также напитки Fanta, Sprite, Diet Coke и Schweppes. За счет большого количества собственных активов, высокой прибыльности, огромному штату сотрудников и доходности, бренд Кока-Кола оценивают в 88 миллиарда долларов [2].

Ярким примером бренда можно привести сеть магазинов «Магнит».

Сеть магазинов Магнит - одна из ведущих розничных сетей по торговле пищевыми продуктами у нас в стране. Розничная сеть Магнит трудится для увеличения благосостояния собственных клиентов, предлагая им высококачественные продукты ежедневного спроса по ценам, которые вас устроят. Компания нацелена на покупателей с разным уровнем зарплаток и потому ведет свою деятельность в четырех форматах: магазин «у дома», гипермаркет, магазин «Магнит Семейный» и магазин косметики.

«Магнит» — один из крупнейших мультиформатных ритейлеров в России. Сеть магазинов включает 26 077 точек продаж. Каждый день за покупками в «Магнит» приходят миллионы покупателей с разным уровнем дохода. Это говорит об уникальном доверии потребителей, но и накладывает на бренд огромную ответственность.

Кроме того, бренд создает новый приятный покупательский опыт за счет расширения ассортимента, внедрения новых сервисов и технологий обслуживания для улучшения каналов коммуникации с потребителем и пополнения сети новыми форматами.

А значит доказывает свою заботу о людях на деле.

Важнейшим конкурентным преимуществом сети «Магнит» является способность чрезвычайно быстрого тиражирования бизнеса – открытие нового магазина у дома осуществляется менее чем за 3 месяца (с момента выбора объекта), а срок выхода на плановые показатели выручки составляет 6 месяцев.

Логотип компании выполнен в фирменных цветах: белом и красном. Безусловно, красный цвет позволяет логотипу выделиться, однако внешне он дает ассоциации с областью техники (достаточно жирный шрифт красного цвета на белом фоне в обрамлении красной рамки) [3].

Сеть магазинов «МАГНИТ» одной из первых в стране предложила покупателям товары собственных брендов, которые дешевле аналогичных товаров известных брендов. Сегодня около 15% товаров на прилавках магазинов производятся поставщиками специально для магазинов «Магнит»

Компания одна из первых в стране внедрила опыт зарубежных коллег по выкладке товаров в магазинах самообслуживания.

Миссия «Магнита» — стать магазином номер один для каждой российской семьи [4].

Стратегическая цель компании — укрепить свою нынешнюю лидирующую позицию на федеральном уровне и увеличить долю рынка при сохранении прибыльности компании. Стратегическое стремление быть первым выбором для клиентов, сотрудников и инвесторов.

В 2021 году «Магнит» выйдет на новый этап развития и значительно масштабирует свой бизнес за счет приобретения крупных активов, открытия большего количества магазинов, запуска новых форматов розничной торговли и наращивания возможностей в сфере электронной коммерции [4].

В 2021 году ВВП увеличился на 4,7% в годовом исчислении в связи с постепенным восстановлением экономической активности на фоне реализации соответствующих национальных планов и снятия эпидемиологических ограничений. Кроме того, очень благоприятным фактором для ритейла является рост инфляции и большой рост реальных располагаемых доходов населения после выхода россиян на работу [4].

После резкого увеличения потребительских расходов во II квартале 2021 г. темпы роста выручки в сфере розничной торговли и торговли продовольственными товарами в последующих кварталах снизились.

В 2021 году Магнит продемонстрировал уверенный рост продаж и увеличение плотности продаж на 4,7%, в основном за счет расширения торговых площадей, улучшения торговых условий и дальнейшего роста продаж в одних и тех же магазинах.

Цели компании: высокая рентабельность и конкурентоспособность компании за счет поддержания систем жизнеобеспечения на необходимом уровне и приспособления предоставляемых услуг своевременно и качественно к требованиям меняющихся правовых режимов и потребительских приоритетов [4].

Обычно если люди говорят о Магните, то в сравнение ставят именно сеть розничной торговли «Пятерочка». Первое и весомое различие между ними, является то, что Магнит – это частная компания, не имеющая других компаний партнеров. Пятерочка же входит в сеть взаимосвязь с другими магазинами, при этом образуя публичную компанию X5 Group. Магнит как частная компания может полагаться только на собственные активы и ценные бумаги в их компании акциями владеет узкий круг лиц. А пятерочка может продавать свободно акции компании на бирже или даже в нее ее, также акции данной компании могут принадлежать представителям широкой общественности [4].

Но при таком положении дел Магнит не только держится на плаву, но и создает отличную конкуренцию другим не слабым компаниям, благодаря многим факторам. Одним из таких факторов является наличие собственного бренда, именно он помогает Магниту распространять свою продукцию на собственных стеллажах. Помимо всего этого в сети магазинов проходят различные виды акций и розыгрышей, при этом разыгрываются также продукции собственного бренда. Но для того, чтобы покупатели могли сделать выбор в пользу компании, ее начальство использует различные маркетинговые ходы, они продают хорошие качество за хорошие деньги. Это сделано для того, чтобы покупатели привыкли к их продукции и в будущем не сомневались в выборе продукции. Именно различные маркетинговые ходы помогают продвигать собственный бренд. Магнит можно описать так магазин, созданный с целью продажи только собственной продукции. Но из-за того, что бы покупатели имели право выбора, он использует и продукцию из вне, но цены на такой товар выше из-за определенных факторов [5].

В компании X5 также имеется собственный бренд, но компания не занимается его разносторонним продвижением. В Пятерочке на полках кроме собственных товаров также распространены бренды других компаний. Это по той причине, что компания не зависит от одной сети магазинов, им не надо брать активы только из собственных средств, они могут использовать ресурсы из широкой общественности [5].

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Брендинг: учеб. пособие / А. А. Иванов. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 74 с.*
2. *ТОП 10 самых дорогих брендов мира в 2023 году. Режим доступа: <https://ru.fxssi.com/top-10-samyx-dorogix-brendov-mira> (дата обращения 25.03.2023)*
3. *Анализ бренда на примере компании «Магнит». Режим доступа: <https://ledigital.ru/magnit-analysis> (дата обращения 25.03.2023)*

4. Официальный сайт ПАО «Магнит». Режим доступа: <https://www.magnit.com/ru> (дата обращения 25.03.2023)

5. Официальный сайт X5 Group. Режим доступа: <https://www.x5.ru> (дата обращения 25.03.2023)

УДК 659.1.012.12

Реклама как фактор повышения экономического образования населения

*К.Е. Гончарова, А.В. Кузнецова, студенты
Научный руководитель: Т.Г. Нестерова, к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В условиях экономической нестабильности повышается значимость экономического образования населения. Современное общество существенный объём информации получает из транслирования определённых данных через цифровые каналы, в частности из рекламы. В статье определена сущность и роль рекламы в жизни общества. Дана оценка методов воздействия рекламы на индивида и их влияния на повышение экономической грамотности населения. Рассчитано среднестатистическое количество экономических терминов, употребляемых в рекламных продуктах в течение дня. Осуществлён анализ доли выделенных групп экономических терминов в общем количестве экономических терминов, транслируемых через средства коммуникации.

Ключевые слова: экономическое образование, реклама, экономические термины, товар, услуга.

Abstract. In conditions of economic instability, the importance of economic education of the population is increasing. Modern society receives a significant amount of information from broadcasting certain data through digital channels, in particular from advertising. The article defines the essence and role of advertising in the life of society. The methods of advertising impact on the individual and their impact on improving the economic literacy of the population are evaluated. The average number of economic terms used in advertising products during the day is calculated. The analysis of the share of the selected groups of economic terms in the total number of economic terms transmitted through the means of communication is carried out.

Keywords: economic education, advertising, economic terms, goods, services.

Каждый человек в повседневной жизни участвует в непрерывном процессе экономических взаимоотношений. В зависимости от стороны участия и конкретного поведения, человек выступает в одно и тоже время в качестве разных экономических агентов. Экономическая формация объективно

существует в жизни человека, в связи этим обстоятельством индивид должен обладать определённым набором экономических знаний для успешного функционирования в обществе. Экономическое образование является неотъемлемым базисным элементом совокупности знаний индивида на современном этапе экономического развития мира, что обусловлено модификацией и усложнением экономических отношений на разных уровнях экономической системы.

Процесс образования каждое десятилетие переходит на новый усовершенствованный и усложнённый этап развития, сопровождаемый увеличением количества получаемой информации, в том числе теоретических знаний в области осуществления хозяйствования как физических лиц, так и юридических. Массив экономических знаний внедряют с детского периода каждому человеку, с последующим усложнением и увеличением количества потоков информации в соответствии с уровнем развития и этапом жизни личности. С первыми элементарными экономическими терминами человек знакомится на примере литературных произведений таких, как сказки и рассказы [1, с.33]. В современных условиях расширение экономических знаний осуществляется с помощью СМИ, так как данный источник информации непрерывно сопровождает каждого человека во всех сферах деятельности, на каждом этапе жизненного уклада и повседневных действий, что связано с информатизацией и компьютеризацией общества. Особое воздействие на получаемую информацию из внешних источников оказывает реклама, транслируемая из цифровых и электронных технологий.

На первом этапе исследования необходимо определить сущность и роль рекламы в жизни общества.

Появление рекламы обусловлено необходимостью транслирования информации о товаре производителя широкому кругу потенциальных потребителей, с целью стимулирования спроса на данный ассортимент продукции и информированности о существовании данной организации, то есть реклама является продуктом коммерческой деятельности организации. Реклама представляет собой элемент маркетинговых коммуникаций, осуществляющий воздействие на формирование потребительского спроса и предпочтений на определённую группу товаров с помощью информационных каналов, с целью развития продвижения и продажи определённого товара на рынке. Значение рекламы не сводится только к извлечению экономических выгод со стороны организаций и распространению информации о существовании продукции на рынке. Представляя собой средство коммуникации производителей и потребителей, реклама воздействует на формирование и расширение определённых знаний населения о различных направлениях деятельности, категорий товаров, ситуации на рынке и т.д. В связи с данными особенностями, реклама является инструментом массового донесения информации до общества, что определяет роль и значение представленного элемента СМИ для групп индивидов [2, с.17].

Второй этап исследования сводится к определению рычагов воздействия рекламы на общество как со стороны потенциальных потребителей продукции, так и со стороны получателей транслируемой информации в области расширения знаний.

Одним из распространённых методов рекламной деятельности является подражание, которое сводится к продвижению товара за счёт акцентирования внимания на значимых для общества и отдельного человека набора социально-экономических черт поведения человека во взаимодействии с иными лицами, а также занимаемого социального статуса и престижа. Примером данной методики является найм известных личностей, которые рекламируют конкретный товар и имеют высокий социальный статус, что воздействует на население как положительный индикатор важности и полезности представленного товара.

Следующим методом является внушение, характеризующееся прямым воздействием одной группы людей на восприятие товара другой группой людей за счёт элементов вербальной коммуникации. Самым распространённым примером внушения является многократное повторение определённой информации в течении конкретного периода времени, что объясняет повторение и чередование рекламных роликов и статей через различные средства коммуникаций [3, с.16].

С помощью указанного метода осуществляет формирование и закрепление определённого блока знаний у различных групп общества, в том числе и массива экономических знаний. В рекламных продуктах часто встречается определённый набор экономических терминов, которое общество идентифицирует с определёнными объектами знаний, что укореняет использование озвученных и прописанных в рекламе терминов в рамках обихода и понимания экономических взаимоотношений в условиях экономической системы.

Следующим рычагом воздействия рекламы на общество является применение психологических и манипулятивных приёмов, заключающихся в использовании определённого цветового спектра красок, дизайна, форм предметов, эмоционального и интонационного способа озвучивания информации, а также несвойственных для современного этапа развития общества определённых элементов из прошлых этапов и фантазийных будущих особенностей развития общества. Указанные способы воздействия активно привлекают внимание и формируют интерес среди широких групп населения, что сопровождается заинтересованностью в приобретении рекламируемого продукта или услуги.

Указанные выше рычаги влияния рекламы на общество оказывают комплексное воздействие на формирование потребительских предпочтений и спроса, побуждают к приобретению товаров и услуг, создают определённое массовое мнение, а также расширяют кругозор знаний населения.

Наибольшее количество рекламы приходится на сегмент “услуги в области торговли”, на втором месте находятся “финансовые услуги”, что позволяет судить о том, что наибольшей популярностью пользуется реклама, связанная с реализацией различного рода товаров и оказанием большого спектра финансовых услуг. Из-за большой популярности среди указанных сегментов, реклама позволяет людям расширить кругозор и словарный запас, пополнив его новыми экономическими терминами, которые в обиходе используют не только работники сферы экономики, но и все остальные люди.

На третьем этапе исследования для того, чтобы рассмотреть сколько в день человек может услышать, увидеть и прочесть экономических терминов, авторами был проведен обзор современной рекламы на телевидении, и пользующихся популярностью у молодого поколения социальных сетях и мессенджерах. В течение дня просматривалась реклама во всех названных источниках. В результате чего удалось примерно подсчитать количество экономических терминов, которые человек «потребляет» за день.

Суммарно количество экономических терминов достигло 260 слов в день. Слова были распределены на три группы: рыночные предложения, связанные с предложением товаров и услуг и их продвижением (скидки, акции и др.), финансовые услуги, которые оказываются банками и кредитными организациями (ипотека, кредиты, страхование и др.), и общие экономические термины, в число которых вошли такие понятия как процент, рубль и деньги. Количество определенных экономических терминов представлено в таблице 1.

Таблица 1

Количество экономических терминов, встречаемых в рекламе за день

Наименование	Количество слов
Рыночные предложения	
Скидки	27
Покупка	17
Цена	16
Акция	12
Услуга	8
Магазин	7
Товар	6
Предложение	6
Выгода	6
Продукт	5
Рынок	3
Бизнес	1
Продажа	1
Чек	1
Финансовые услуги	
Банк	16
Кэшбэк	14
Банковская/кредитная/дебетовая карта	13
Ставка	7

Кредит/кредитование	6
Счет	6
Страхование	4
Ипотека	3
Вклад	3
Клиент	2
Доход	2
Займ	1
Инвестиции	1
Общие экономические термины	
Процент	31
Рубль	27
Деньги	8
Итого всего	260

Составлено авторами.

Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно говорить о том, что наиболее встречающимися экономическими понятиями являются “процент”, “рубль” и “скидка”, причем понятия процента и рубля универсальны и подходят как в группу рыночных предложений, так и в группу финансовых услуг. Понятие “процент” используется в группе рыночных предложений, как установленный размер предоставляемых скидок покупателям и как величина измерения суммы уплаты по кредиту, ипотеке и выплатам по вкладам. Понятие “рубль” также не может быть конкретно отнесено к рыночным предложениям и финансовым услугам, так как означает валюту, обращаемую в Российской Федерации и используемую для различных видов операций: оплата товаров и услуг и получение денежных средств от оплаты продавцом, накопление денежных средств, определение стоимости конкретного товара, работы или услуги. Понятие “скидка” используется для привлечения клиентов, поэтому большое количество рекламы направлено на оповещение потребителей о скидках и акциях.

Если рассматривать каждую выделенную группу по отдельности, то в группе рыночных предложений, помимо ранее упомянутого понятия “скидки”, наиболее упоминаемыми терминами в рекламе являются покупка, цена и акция, а наименее - рынок, бизнес, продажа и чек, которые были упомянуты от 1 до 3 раз. Как можно отметить, наибольшей популярностью пользуются термины, связанные с привлечением клиентов и обозначением стоимости товара или услуги, так как они понятны и известны большому количеству людей.

Группа финансовых услуг была представлена тринадцатью терминами, среди которых наиболее часто встречаются понятия банка, кэшбэка и всех видов банковских карт, тогда как займ и инвестиции не пользуются обширным применением в рекламе. Такое распределение может быть связано с тем, что понятие банка, кэшбэка и банковской карты имеют большую известность в обществе, нежели, например, инвестиции, которые как способ дохода только набирают свою популярность и еще мало понятны среди различных слоев населения.

Также была проанализирована доля каждой группы экономических терминов в их общем количестве. Полученные расчеты отражены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура экономических терминов по группам в их общем объеме, %

На основании результатов таблицы 2 можно сделать вывод о том, что наибольшую долю занимают экономические термины (44,6% от общего числа экономических терминов, упомянутых в рекламе в различных источниках), характеризующие рыночные предложения товаров и услуг. Товары и услуги – это то, в чем современный человек нуждается каждый день, поэтому продавцы, используя эту информацию, продвигают свой товар с помощью различных средств в виде скидок, акций, оглашения цены товара или услуги. Обладая информацией о том, какой товар или услугу на данный момент можно приобрести по скидке, то человек с большим желанием захочет его приобрести.

Распространение возможностей получения обширного спектра финансовых услуг заставляет банки, кредитные и финансовые организации все чаще рекламировать свои услуги для большого масштаба потребителей. Люди в своем большинстве именно благодаря рекламе узнают о новых тенденциях на рынке финансовых услуг, именно поэтому в рекламе растет частота упоминания финансовых терминов. Всего в общем количестве упомянутых экономических терминов за день количество терминов, характеризующих финансовые услуги, занимает 30%.

Доля общих экономических терминов от общего числа составляет 25,4%, так как эта группа представлена наименьшим разнообразием терминов, но которые чаще других упоминаются в рекламе. Данные термины понятны практически каждому человеку, поэтому рекламодатели используют их в большом количестве для рекламы различного рода продукции и услуг.

Обобщая результаты исследования, можно прийти к выводу, что в рекламе чаще всего встречаются экономические термины, связанные с предложением разнообразных видов товаров и услуг, в том числе отдельно выделенных финансовых услуг, что отражает основную сущность рекламной деятельности организаций. В результате рекламной деятельности происходит взаимное удовлетворение экономических потребностей потребителя и

покупателя, а также, на основе распространения и широкого тиражирования внедряемой информации, происходит обогащение терминологии индивида, что доказывает важность влияния рекламы на повышение экономического образования населения.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Ветчинкин А.А., Нестерова Т.Г. Экономико-правовые аспекты сказки «О попе и работнике его Балде» А.С. Пушкина // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях. Сборник XIV Международной студенческой научно-практической конференции. Волгоград, 2022. С. 32-36.*

2. *Буряк Н.Ю. Роль рекламы в современной экономике (социально - экономический аспект) // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. № 4 (54). С. 17-22.*

3. *Буряк Н.Ю. Реклама и экономика: экономическая значимость рекламы в современном обществе // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. № 3 (53). С. 14-19.*

УДК 81'1

Экономические смыслы в поэме Иоганна Вольфганга фон Гёте «Фауст»

*В.О. Елисейев, Д.П. Стройнов, студенты
Научный руководитель: Т.Г. Нестерова, к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Для современного человека важно знать историю создания экономических формаций и осознавать путь их развития. «Фауст» – это поэма не только о человеческой трагедии, но и воплощение особенностей экономического и политического уклада XVI века. В статье отобраны и классифицированы литературные выражения и лексические единицы экономической семантики. Проанализированы экономические аспекты: долговые обязательства, внедрение бумажных денег и государственные расходы, характеризующие экономические взаимоотношения между субъектами.

Ключевые слова: Гёте, Фауст, экономика, экономические отношения, экономический смысл, литература.

Abstract. It is important for a modern person to know the history of the creation of economic formations and to be aware of the path of their development. "Faust" is a work not only about human tragedy, but also the embodiment of the peculiarities of the economic and political system of that time. The article analyzes the economic aspects: debt obligations, the introduction of paper money and government spending. Literary expressions and lexical units of economic semantics are selected and classified.

Keywords: Goethe, Faust, economics, economic relations, economic sense,

literature.

В обыденной жизни познание новых сфер часто происходит благодаря сравнению, изучению опыта и ошибок предшественников. Литературные произведения могут стать учителем не только в решении той проблемы, которую закладывает автор произведения, но и в иных сферах познания. Именно тот окружающий мир, та инфраструктура определенного периода и определенного региона, в которую нас погружают авторы фундаментальных литературных произведений могут позволить открыть для себя ранее не известные области научного знания. Для современного человека, живущего в напряженных условиях постоянного развивающегося и меняющегося мира, в условиях глобализации и автоматизации экономических и информационных систем необходимо знать историю создания экономических формаций и изучать путь их развития. Более эффективное погружение человека в познание экономических вопросов происходит с помощью литературных произведений, которые параллельно с основной темой произведения дают читателю проникнуться экономическими отношениями различных сфер жизни разнообразных периодов истории, потому изучение и выявление экономических смыслов в литературных произведениях является сейчас крайне актуальным.

Целью исследования является изучение экономических смыслов в поэме Иоганна Вольфганга фон Гёте «Фауст».

Объектом исследования являются экономические явления, описанные в литературных произведениях. В процессе данного исследования были проанализированы литературные выражения и лексические единицы с целью научной интерпретации экономических смыслов. Лингвисты активно изучают экономические концепты на примере литературных произведений. Поэма ранее не анализировалась с экономической точки зрения, потому полученные результаты позволят сопоставить описанные экономические проблемы и явления с современной реальностью и на основе этого более ясно интерпретировать те или иные события [2].

Языковым материалом исследования послужило произведение Иоганна Вольфганга Гёте «Фауст». Данное произведение входит в золотой фонд мировой литературы и заставляет читателя задуматься над смыслом человеческого бытия.

Главным героем философской трагедии является доктор Фауст, который выступает воплощением общественных желаний своего времени о глубочайшем познании мира. Смена средневековых культурных устоев на новые, возрожденческие, а затем просвещенческие, наиболее полным образом раскрывается в художественном образе человека, который готов отдать душу за истинное знание. Реальным прототипом данного персонажа послужил врач и алхимик Иоганн Георг Фауст, живший в конце XV века в Европе.

Фауст Гёте является человеком, наделённым неугасимой жадностью жизни и

стремлением к познанию окружающей его вселенной, природы вещей и собственных чувств. Герой Гёте теряет в трагедии самого себя, свои лучшие чувства (любовь к Маргарите-Гретхен), свои искренние намерения (предотвратить разлив воды на плодородных землях). Его увлекает жизненная энергия Мефистофеля и собственные мечты о прекрасном [3].

Однако «Фауст» это произведение не только о человеческой трагедии, но и воплощение особенностей экономического и политического строя того времени. Такое явление в произведении не случайно. Гёте был знаком с экономической проблематикой с профессиональной точки зрения: он некоторое время служил министром финансов при дворе герцога Веймарского. Данное исследование направлено на анализ описываемых в поэме экономических аспектов с помощью литературных приемов, а также выявления места экономики в трагической истории Фауста и жизни Германии тех лет.

Наиболее ярко экономическая жизнь героев отражается во второй части трагедии. Здесь с использованием поэтических приёмов и экономических терминов переданы различные проблемы и события. Например, в данном отрывке: «Наёмные роптать солдаты стали: упорно платы требуют у нас, и, если б мы им так не задолжали, они бы нас покинули сейчас», мы замечаем стандартную проблему работодателя и работника – отсутствие положенной платы за труд. Здесь четко отражено, что наемные рабочие оказываются заложниками ситуации, им просто некуда уйти, и они вынуждены работать в надежде на то, что им все-таки выплатят обещанное [1].

Экономические проблемы в произведении отражены и на уровне государственной казны: «К союзникам толкнуться – мало прока; Обещанных субсидий нет притока: казна у нас – пустой водопровод! <...> Я счёт веду: платить за всё ведь надо; И ростовщик нам не даёт пощады. По векселям он вечно заберёт изрядный куш на много лет вперед». В данном отрывке мы можем отметить, что речь идет о том, что застой деятельности государства и отсутствие четкой системы учета и контроля расходов государства ведет к их неизбежному росту. Интерпретируя данные выражения на историю развития экономических отношений, можно заметить сходство с событиями «Великой депрессии» в США, только с особенностями экономики XVI века. У людей также нет денег и государство не способно отвечать по обязательствам перед ними. Общее настроение населения подавленное, но все продолжают работать, так как необходимо хоть как-то выживать [1].

Необходимо отметить вариант решения возникших проблем в экономике: «Да знает каждый, кто желает знать об этом: бумаги лоскуток отныне ста монетам равняется в цене. Для тех бумаг в заклад в имперских областях сокровища лежат в земле – и тотчас же по извлеченьи злата по обязательствам последует уплата». В данном отрывке идет описание изменений, произошедших в денежной системе государства. Здесь явно происходит попытка внедрения бумажных денег в оборот, отмечается стоимость одной банкноты в монетах и оговаривается наличие золотого обеспечения. В целом

для национальной валюты обеспечение золотом – это гарантия стабильности и надежности, по тому что, как и сказано в тексте, «по обязательствам последует уплата», так и в современном мире, золото – это гарантия того, что государство будет отвечать по обязательствам перед населением, как предприятие перед своими акционерами [1].

Действие, описанное в произведении, позволило влить в экономику страны денежные средства без расходования ресурсов на добычу золота, что в свою очередь повлекло активные расчеты государства по своим долгам. Данный шаг ясно показывает значимость правильного расходования средств, которое ведет к увеличению экономической активности и населения, и государственного аппарата. Всё это подтверждается событиями, происходящими в трагедии позже: «Долги уплачены по счетам превосходно; Всё снова от когтей ростовщиков свободно... <...> Всё выдано войскам, последний грош уплаты, и обязались вновь нам в верности солдаты» [1].

Внедрение бумажных денег, описанное в произведении, не только показывает способ решения возникших экономических проблем, но и отмечает процесс эволюции финансовой системы, связанный с кардинальными изменениями, которые требуют времени на проверку их целесообразности и привычки со стороны населения: «...Все захотят бумаг, привыкнут скоро к ним, и будут навсегда имперские владенья иметь и золото, и деньги без стеснения» [1].

Не только конкретное поэтическое описание позволяет переживать читателям экономические проблемы возникшие у героев произведения, но и экономические термины, используемые в тексте для создания экономической семантики. Такое наполнение текста даёт возможность более грамотно понимать экономические отношения, которые присутствуют в трагедии. Имена существительные в большей степени влияют на такой окрас произведения. Здесь используются такие термины, как: плата, субсидии, владения, издержки, счёт, ростовщик, куш, долг, монеты, золото, цена, деньги, клад, сокровища, алмазы, обязательства, казна, казначей.

Таким образом, литературные произведения, кроме основного сюжета позволяют преподнести экономические отношения, которые присущи этому образу жизни. Совокупность, созданных в произведении экономических отношений и большое количество терминов, прямо или косвенно связанных с экономической сферой дают возможность погружаться в изучение истории экономических отношений в литературном произведении, в котором главной проблемой экономика не является. Литературные произведения различных жанров дают возможность взглянуть на экономические отношения с другой стороны и более полно понять их, ведь с помощью литературных приёмов можно подать сложную экономическую лексику и интерпретировать проблемы более простым языком.

Анализ экономических аспектов поэмы Гёте «Фауст», которые выражены особенностью долговых обязательств и государственных расходов, а также

внедрением бумажных денег в оборот позволяет выявить то, что экономические взаимоотношения, описываемые в различных произведениях и происходящие в различных эпохах идентичны. На протяжении всей истории люди сталкиваются с похожими экономическими проблемами, как в XVI веке, так и в настоящее время. Проблемы движутся сквозь века, лишь частично меняются условия их возникновения и форма самих проблем.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Фауст [Текст] / Иоганн Вольфганг Гете; Пер. Н. А. Холодковского; Под ред. М. Л. Лозинского; Предисл. и коммент. Ю. А. Спасского. - Москва; Ленинград: Academia, 1936.*
2. *Нестерова Т.Г. Лексические и стилистические средства реализации концепта «Poverty» в английской сказке // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. материалы Всероссийской научно-методической конференции. Оренбургский государственный университет. 2017. С. 2443-2451.*
3. *История капитала от "Синдбада-морехода" до "Вишневого сада" [Текст]: экономический путеводитель по мировой литературе / Елена Чиркова. - Москва: Кейс, 2011.*

УДК 338.27

О размещении электрогенерирующих мощностей в Республике Татарстан

А.М. Игнатьев, студент

Научный руководитель: Литвин Ю.И., к.воен.н.

Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия

Аннотация. Общая геополитическая неопределённость, сложившаяся после начала специальной военной операции России в Украине, проявила системные проблемы, связанные с технологическим суверенитетом нашей страны. Наиболее весомой из них является технологическое отставание в сфере энергетического машиностроения. В статье показана взаимосвязь между энергопотреблением и развитием экономики Республики Татарстан. Автором сделаны предположения относительно достижимости целей, поставленных в Стратегии социального и экономического развития Республики Татарстан до 2030 года (Стратегия-2030).

Ключевые слова: Республика Татарстан, энергопотребление, энергоёмкость, структурная политика, устойчивое развитие, импортозамещение, технологический суверенитет.

About placement of electric generating capacities in the Republic of Tatarstan

Abstract. The general geopolitical uncertainty that has developed since the start of Russia's special military operation in Ukraine has revealed systemic problems related to the technological sovereignty of our country. The most significant of them

is the technological lag in the field of power engineering. The article shows the relationship between energy consumption and the development of the economy of the Republic of Tatarstan. The author makes assumptions about the achievability of the goals set in the Strategy of Social and Economic Development of the Republic of Tatarstan until 2030 (Strategy 2030).

Keywords: Tatarstan Republic, energy consumption, energy intensity, structural policy, sustainable development, import substitution, technological sovereignty.

Начиная с 2000 года в российской экономике в целом, и в экономике Республики Татарстан в частности, происходил восстановительный рост, продолжавшийся вплоть до кризиса 2008 года. В этот период также наблюдался рост объёмов валовых инвестиций в основной капитал, энергопотребления, численности рабочей силы. Во время финансового кризиса 2008-2009 годов, в моменте, в 2009 году экономика Республики сократилась практически на 11%, однако уже в 2010 году был рост в 4% относительно 2009, а в 2011 году объём ВРП в ценах 1995 года превысил уровень ВВП 2008 года.

Следующий кризис, 2014 года, ввёл экономику Республики в рецессию вплоть до 2017 года, когда была показана положительная динамика темпов роста ВРП год к году, до этого сокращение экономики на 1-2% год к году (см. рис. 1).

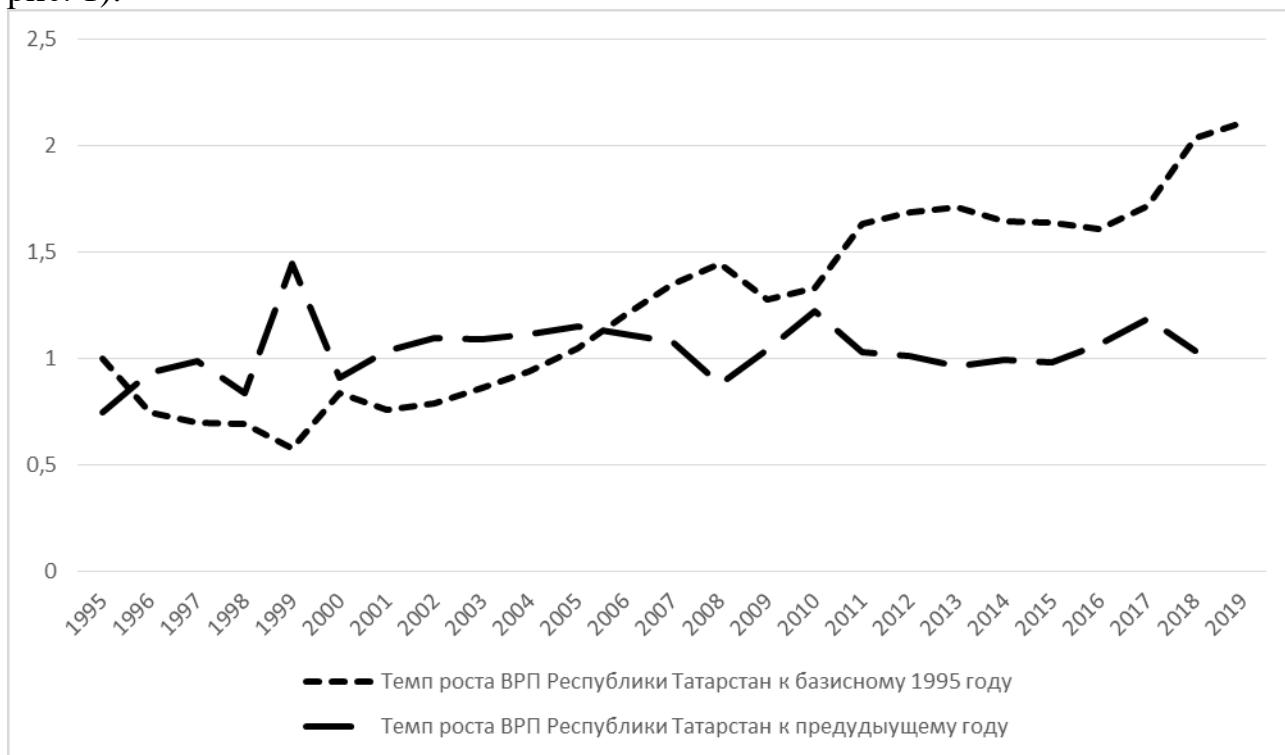


Рисунок 1 – Темпы роста ВРП Республики Татарстан в 1995-2019гг. цепной и базисный
Примечание: составлено автором на основе данных Федерального агентства государственной статистики Российской Федерации.

Показательным представляется помимо прочего последовательное повышение энергоэффективности республиканской экономики (см. Рис. 2). Так в 2000 году соотношение ВРП в млрд рублей к энергопотреблению в млн кВт/ч было равно 0,43, из чего можно сделать вывод, что для производства 1 млрд рублей ВРП Республикой затрачивалось 2,33 млн кВт/ч энергии, к 2019 году соотношение увеличилось до 0,82, а, следовательно, для производства 1 млрд рублей ВРП Республикой затрачивался 1,2 млн кВт/ч энергии.

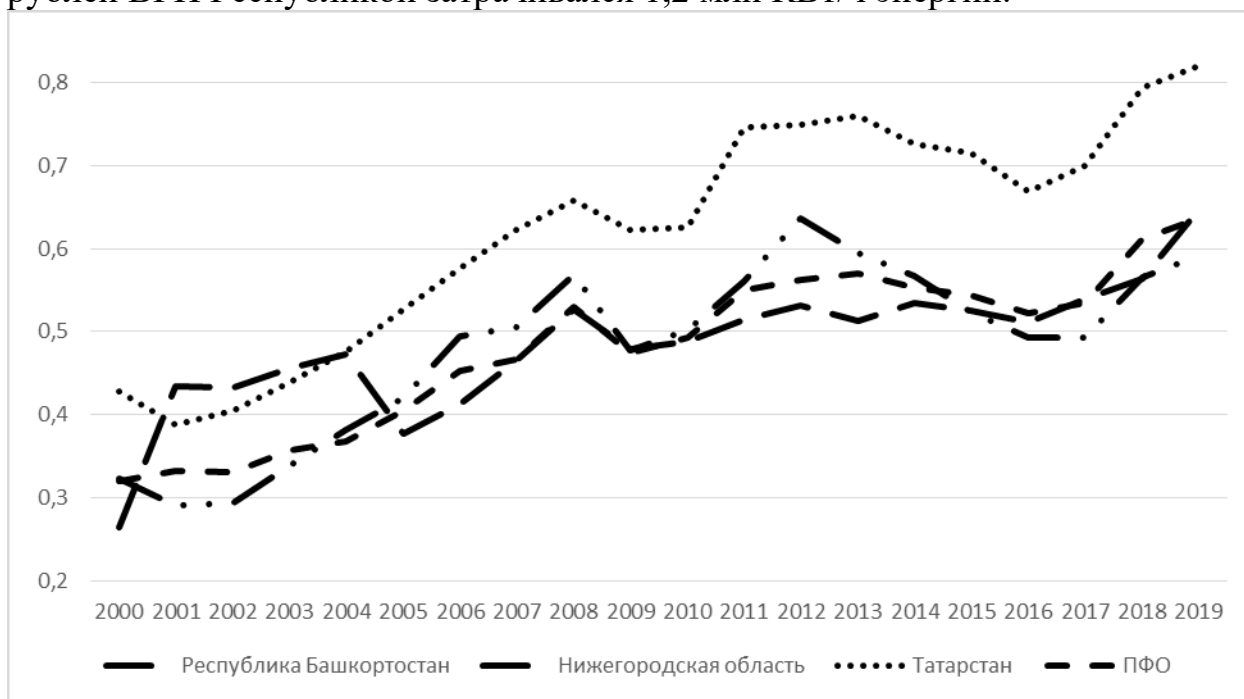


Рисунок 2 – Энергоэффективность экономик отдельных регионов ПФО и ПФО в целом

Примечание: составлено автором на основе данных Федерального агентства государственной статистики Российской Федерации.

В то же время следует отметить более низкий уровень энергоэффективности экономик регионов-соседей Республики Татарстан, а также экономики Приволжского федерального округа в целом. При этом по сравнению с ведущими региональными экономиками России Москвой, Московской областью, Санкт-Петербургом, энергоэффективность Республики Татарстан оказывается сравнительно низкой (см. Рис.3). Так в Москве для производства 1 млрд рублей ВРП в 2019 году затрачивалось 0,317 млн кВт/ч энергии. Наиболее схожее с Республикой Татарстан положение по уровню энергоэффективности занимает Московская область, здесь в 2019 году для производства 1 млрд рублей ВРП затрачивалось чуть больше 1 млн кВт/ч энергии.

Во многом, подобное расхождение в уровнях энергоэффективности между ведущими региональными экономиками России объясняется высокой долей сектора услуг в структуре валового регионального продукта Москвы и Санкт-Петербурга. Так, в структуре валового регионального продукта Москвы в 2019 г. основными видами экономической деятельности являлись: торговля

оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов — 29,7%; обрабатывающие производства — 12,9; деятельность по операциям с недвижимым имуществом — 10,5; деятельность профессиональная, научная и техническая — 8,7%. В Санкт-Петербурге: промышленное производство – 20,2%, оптовая и розничная торговля – 20%, операции с недвижимым имуществом 24,9%, прочие виды экономической деятельности – 16,8%, транспорт и связь – 13%, строительство 5,1%. В то же время в структуре экономики Республики Татарстан наибольший удельный вес традиционно, занимает промышленность – 48,0% (в том числе, добыча полезных ископаемых – 29,1%, обрабатывающие производства – 16,2%, обеспечение электрической энергией, газом, паром; кондиционирование воздуха – 2,3%, водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений – 0,4%), оптовая и розничная торговля – 11,6%, строительство – 8,0%, сельское хозяйство – 6,1%.

Исходя из вышеописанного можно предположить, что повысить энергоэффективность экономики Республики Татарстан возможно либо посредством расширения доли сектора услуг, либо посредством внедрения новых технологических решений в сфере энергосбережения на предприятиях. При этом следует отметить, что переток рабочей силы из производящих отраслей в сектор услуг приведёт к снижению производительности труда, но скорее всего одновременно увеличит благосостояние населения, как это имело место во многих странах, проводивших структурные изменения в экономике [9]. Более того, в последнее время в развитых странах наблюдается рост производительности сектора услуг, что объясняется повышением значимости услуг в сфере ИКТ и цифровизации.

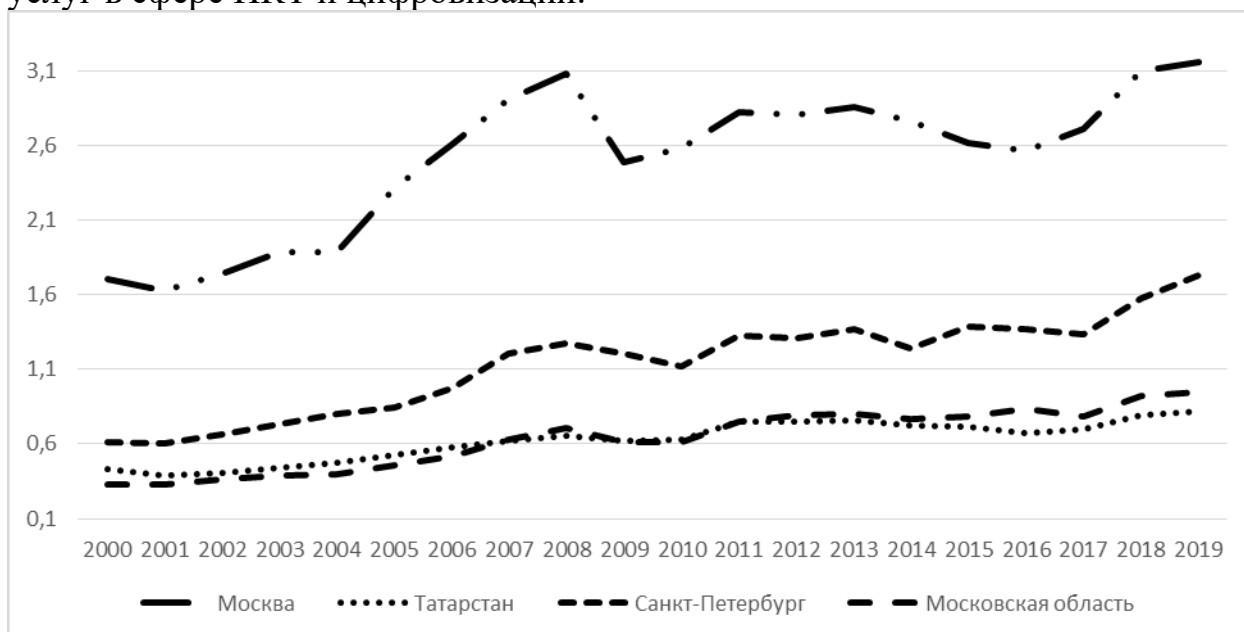


Рисунок 3 – Энергоэффективность ведущих региональных экономик России: Москва, Московская область, Санкт-Петербург и Республика Татарстан

Примечание: составлено автором на основе данных Федерального агентства государственной статистики Российской Федерации.

На момент 2021 года Республика Татарстан является энергодефицитным регионом России. При этом в целом наблюдается рост генерации в последние 5 лет. Так, например, генерирующие предприятия в Татарстане произвели в 2021 году 26,9 млрд кВт/ч электроэнергии, что на 13% больше выработки за предыдущий год, однако потребление электроэнергии в Республике составило 31,9 млрд кВт/ч, что на 9,6% больше, чем за 2020 год. Таким образом, дефицит электроэнергии составил более 5 млрд кВт/ч. Он был восполнен за счет перетока из смежных энергосистем.

В 2005 году в энергосистеме Республики наличествовал баланс между производством и потреблением электроэнергии, после 2005 года наблюдается нарастание энергодефицита, который достиг максимального значения в 2017 году (дефицит электроэнергии составил 7304 млн кВт/ч. Последующий рост выработки электроэнергии объясняется вводом новых генерирующих мощностей, в частности Нижнекамского ГТУ-500 НКНХ, Урусинской ГРЭС, а также модернизации существующих теплоэлектростанций посредством внедрения газо-турбинных установок на ТЭС. Снижение выработки электроэнергии в 2020 году объясняется ожиданиями низкого спроса на электроэнергию на внутреннем рынке из-за пандемии коронавирусной инфекции.

Энергодефицит Республики в последние годы при этом сокращается, в 2021 году энергодефицит составил чуть более 4000 млн кВт/ч, против 7304 млн кВт/ч в 2017 году. Тем не менее для роста экономики Республики безусловно требуются дополнительные энергетические мощности.

Стратегия социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года (Стратегия-2030) провозглашает в качестве одной из основных тенденций развития экономики в долгосрочной перспективе – расширение рынка услуг (от услуг медицинских до услуг образовательных). Расширение сектора услуг позволит Республике Татарстан увеличить объёмы ВРП, обеспечить его долгосрочный устойчиво высокий рост благодаря растущему внутреннему рынку сбыта товаров и услуг, рост которого будет предопределён повышением уровня благосостояния населения Республики, приращением человеческого капитала. В то же время в базовом сценарии структуры татарстанской экономики Стратегии-2030 указывается, что планируется расширение в валовой добавленной стоимости, а значит и в ВРП Республики, пожалуй, наиболее энергозатратных отраслей: машиностроение, легкая промышленность, в т.ч. деревообрабатывающая. При этом предусматривается сокращение доли сектора услуг.

Проведённый в ходе исследования корреляционный анализ позволяет говорить о наличии сильной связи между объёмом ВРП и уровнем энергопотребления. Коэффициент корреляции равен 0,949, что в соответствии со шкалой Чеддока указывает на весьма высокую связь между объёмом ВРП и уровнем энергопотребления.

В результате исследования была построена регрессионная модель влияния энергопотребления на объём ВРП в текущих ценах (1):

$$Y = -7336585,657 + 324,0118 * E + u. \quad (1)$$

где: E – энергопотребление;
u – случайное возмущение.

Исходя из данной модели, можно сделать следующий вывод: для достижения цели Стратегии-2030 в базовом сценарии по объёму ВРП Республики Татарстан в 5 132 млрд рублей в текущих ценах, уровень энергопотребления, при сохранении структуры экономики или незначительном увеличении доли обрабатывающей промышленности в экономике Республики Татарстан, должен составить 38484 млн кВт/ч. Это в свою очередь означает, что Республике Татарстан к 2030 году потребуется дополнительно производить или получать из смежных электроэнергетических систем 11387,2 млн кВт/ч электроэнергии, то есть практически 42% от выработки электроэнергии в 2021 году. Что в свою очередь эквивалентно мощности 1,5 Заинской ГРЭС. В то же время Стратегией развития топливно-энергетического комплекса Республики Татарстан предусмотрено наращивание производства электроэнергии к 2030 году до 32685 млн кВт/ч. Следует, однако, принимать во внимание повышение энергоэффективности промышленных предприятий, наблюдаемое из года в год. Поэтому выводы относительно объёмов энергопотребления в 2030 году носят исключительно прогнозный характер, основанный на данных линейной регрессионной модели.

Подводя итог, следует отметить, что в условиях санкционного давления на Российскую Федерацию, аннулирования ряда контрактов в сфере электрогенерации по инициативе западных контрагентов, представляется проблематичным достижение показателей выработки в 38484 млн кВт/ч. Соответствующий объём выработки электроэнергии может быть обеспечен только посредством обновления и расширения электрогенерирующей инфраструктуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон РТ от 17.06.2015 № 40-ЗРТ "Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан на период до 2030 года" (принят ГС РТ 10.06.2015)
2. Закон РТ от 17.06.2015 N 41-ЗРТ "Об утверждении Стратегии развития топливно-энергетического комплекса Республики Татарстан на период до 2030 года" (принят ГС РТ 10.06.2015)
3. Ахметшина, А. Р. Реализация принципов устойчивого развития в энергетической отрасли Республики Татарстан / А. Р. Ахметшина, Д. И. Сотов // Проблемы современной экономики. – 2018. – № 4(68). – С. 158-161. – EDN YYFNGX.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.02.2023).

Демографические и миграционные аспекты современной экономики¹

Р.М. Латыпова, студент

*Научный руководитель: Г.Ш. Карабаева, PhD, и.о.доцента
Ташкентский филиал ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», г.Ташкент*

Аннотация: В последние годы актуальным вопросом государственной стратегии развития страны становится молодежная миграция. В международных процессах молодежь является самой активной частью населения, активно участвующей во многих демонстрациях и мероприятиях. Также молодежь отличается высокой мобильностью, которая усиливается при изменении условий жизни и возможности получить качественное образование.

Ключевые слова: миграция, молодежь, демография, старение населения, интеллектуальная миграция.

Abstract: In recent years, youth migration has become an urgent issue of the state development strategy of the country. In international processes, young people are the most active part of the population, actively participating in many demonstrations and events. Also, young people are characterized by high mobility, which increases with changing living conditions and the opportunity to get a quality education.

Key words: migration, youth, demography, population aging, intellectual migration.

Исследования показали, что современная молодежь готова поменять место жительства и переехать в другую страну ради лучшей жизни, нежели их родители. Понятие Отечества развито у них по-иному, это совершенно новая идеология, которую необходимо знать, чтобы удержать умную и потенциальную молодежь в своей стране.

Демографический фактор в миграционном процессе имеет огромное значение, особенно после пандемии и во время политической нестабильности в некоторых странах. Экономическое оживление и дифференциация безработицы растут, так же, как и численность населения. По прогнозам на 2050 год на планете Земля будет проживать около 10 миллиардов человек, и у многих из них продолжительность жизни значительно увеличится по сравнению с сегодняшним днем. В результате чего число пожилых людей на 100 человек трудоспособного возраста увеличится в 3 раза – с 20 в 1980 году до 58 в 2060 году. На примере Японии, которая занимает 1 место в мировом рейтинге стареющих обществ по доле людей старше 65 лет, можно заметить то, как

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

нагрузка на трудоспособное население с каждым годом только растет, так как уже треть граждан старше 65 лет. Таким образом по прогнозам можно ожидать, что к 2030 году численность рабочей силы в стране сократится на 8 миллионов человек, что в конечном итоге приведет к серьезной нехватке рабочей силы.

На первый взгляд демографическая ситуация в Южной Корее может показаться противоположной Японии, так как на сегодняшний день население Южной Кореи считается молодым, но уже сейчас показатель рождаемости находится ниже уровня воспроизводства населения и составляет 0,84, что постепенно приведет к сокращению естественного прироста населения. И такую тенденцию снижения рождаемости и увеличения продолжительности жизни можно заметить в большинстве развитых стран. Исходя из этого многие эксперты придерживаются того мнения, что в скором времени в структуре населения Южной Кореи начнет расти доля экономически неактивных пожилых людей, а трудоспособное население по отношению ко всему населению будет сокращаться.

Одним из последствий быстрого старения населения можно считать, что в экономике становится все меньше людей трудоспособного возраста, как было указано на примере Японии и Южной Кореи, и постепенно это приведет к нехватке квалифицированных рабочих, из-за чего появятся затруднения для предприятий в виде отсутствия некоторых специалистов на своих местах. Также изменение рабочей силы может привести к оттоку капитала из быстро стареющих стран в более молодые страны, что приведет к изменению глобального распределения экономической власти. Также в некоторых случаях дефицит предложения может привести к росту заработной платы, вызывая тем самым инфляцию заработной платы и создавая порочный круг спирали цены и заработной платы. Чтобы хоть как-то приглушить это явление, многие страны привлекают иммигрантов, с целью сохранить свои трудовые ресурсы в более стабильном состоянии.

По нормам ООН перепись населения в каждой стране должна проходить каждые 10 лет. Исходя из этих нормативов, Узбекистан должен был провести следующую перепись в 1999 году, но перепись не была организована.

В Узбекистане пока нет возможности обеспечить высшим образованием всех желающих даже просто на очном отделении. По подсчётам 28 процентов населения получают высшее образование, по сравнению с 2016 годом увеличение в 3 раза (9 процентов). к 2030 году планируется обеспечить 50 процентов населения, в результате организации деятельности новых учебных заведений.

Предположив, что среди выезжающих из страны за рубеж с целью учебы большую долю составляют представители молодого поколения, мы видим, что общая численность выезжающих для получения образования в Узбекистане из года в год неуклонно растет. Одним из направлений современной молодежной миграции можно считать интеллектуальную миграцию, также известную как

“brain drain” (“утечка мозгов”). Под термином интеллектуальной миграции подразумевается процесс миграции, при которой массово уезжают квалифицированные кадры и ученые для работы за пределами своей страны. Более широкое значение интеллектуальной миграции - это трансграничное перемещение научно-технических специалистов, творческой интеллигенции и студентов, получающих образование за рубежом и пожелавших там остаться на продолжительное время. Таким образом можно сделать вывод, что интеллектуальная миграция включает в себя миграцию не только с целью поиска работы, но и с целью получения образования. Согласно данным, Индекс “утечки мозгов” в регионах Центральной Азии составляет (максимальный показатель - 10):

- Казахстан – 4.3;
- Туркменистан - 4.4; -Узбекистан – 5.1;
- Таджикистан – 5.5; Кыргызстан – 6.7 [2].

Обычно основными причинами “утечки умов” являются экономические факторы, неостребованность научных кадров ввиду отставания государства в НТП, стремление развитых стран привлекать специалистов через соответствующие программы, кризис национальных систем образования, обострение политической ситуации и также социально-правовые проблемы.

В Узбекистане, по оценкам экспертов, доля молодежи среди мигрантов составляет от 20 % до 70 %. По некоторым данным, из 1,5 млн рабочих-мигрантов из Узбекистана в России в 2017 г. 60 % составляла молодежь в возрасте до 30 лет [1]. Так, по данным опроса молодежи, из 1000 респондентов 65 подтвердили, что в ближайшее время планируют покинуть Узбекистан, а 87 человек придерживались нейтральной позиции в этом вопросе. Из планирующих уехать за рубеж - 26,5% с целью получения образования и в таком же количестве, 26,5%, с целью трудоустройства.

Например, в 2021-2022 году 86 159 студентов из Узбекистана обучались за рубежом. Из них 48 700 студента (60%) обучались в России, 89 300 – в Казахстане, 77 600 – на Украине, 63 600- в Туркмении, 23 000 – в Беларуси, 13 000 – в Киргизии, 1 074– в Южной Корее и 1 025 – в Латвии и т.д.

Наблюдается и обратный поток мигрантов в среднем -128 человек в день. Если уровень внешней миграции останется на уровне прошлого года, то в следствии миграционных причин численность населения изменится на -46 898 человек.

Но стоит отметить, что миграция оказывает разное влияние на экономическое состояние стран. Например, в странах-донорах происходит ускорение старения населения, так как молодежь мигрирует, а пожилые люди остаются, потому что они не настолько мобильны, как более молодое поколение. Отток населения имеет негативные последствия не только в настоящем, но также и серьезно сказывается в будущем из-за потери населения в репродуктивном возрасте, так как происходит сокращение “возможных” рождений детей в будущем. Также по причине миграции в странах может появиться диспропорция

в половой структуре, так как в странах-донорах в большинстве случаев мужчины покидают государство с целью поиска заработка, на фоне чего может наблюдаться большой перевес в сторону женщин. В странах-реципиентах ситуация складывается по-другому. В страну прибывают в основном иммигранты в трудоспособном и репродуктивном возрасте. Приток таких мигрантов положительно сказывается на рождаемости и омоложении населения. Ярким примером может послужить большой поток мигрантов из стран третьего мира в развитые страны.

Если учесть то, что спрос на медицинские услуги растет с возрастом, так как у людей старше 65 лет больше шансов иметь по крайней мере хотя бы одно хроническое заболевание, страны с быстро стареющим населением должны выделять больше денежных средств и ресурсов на свои системы здравоохранения. Во многих развитых странах доля расходов на медицину в ВВП уже достаточно высока, но на фоне попыток урегулирования вопроса старения населения возникает несколько проблем, которые заключаются в обеспечении того, чтобы при увеличении расходов результаты здравоохранения действительно улучшились, и также нехватка рабочей силы и навыков в данном секторе.

Некоторые страны добиваются больших успехов в направлении создания более устойчивых социальных программ. Правительство может принять во внимание для обеспечения населения более комфортными условиями и возможностями, например, такими как:

- повышение оплаты труда высококвалифицированной молодежи; - продолжающееся повышение пенсионных выплат;
- увеличение объемов общественного производства - привлечение инвестиций;
- увеличение охвата частными пенсиями рабочей силы, включая самозанятых и контрактников, для обеспечения улучшенной интеграции между различными компонентами [4].

Страны всего мира сталкиваются с огромным давлением, требующим эффективного решения социальных проблем, но заблаговременная подготовка к этому демографическому сдвигу будет способствовать экономическому прогрессу стран и позволит населению, как молодому, так и пожилому, жить у себя на Родине с ощущением полной удовлетворенности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. <https://stat.uz/ru/ofitsialnaya-statistika/labor-market>.
2. Кадилова З. А. Миграция через образование ведет к “утечке мозгов” // Экономическое обозрение №11 (239) 2019. URL: <https://review.uz/post/migracia-cerez-obrazovanie>
3. Карабаева Г. Ш. Вопросы регулирования потребности рынка труда в образованных кадрах. // Экономика и образование, 23(4), сс. 143–149. URL: <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/577>. (дата обращения: 21.02.2023).
4. Н.Н. Пономарева Процесс демографического старения: сущность, особенности и

последствия в странах мира // Электронный журнал «Вестник Новосибирского государственного педагогического университета», 6(16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-demograficheskogo-stareniya-suschnost-osobennosti-i-posledstviya-v-stranah-mira> (дата обращения: 16.03.2023)

5. H.S. Borji 4 Global Economic Issues of an Aging Population // URL: <https://www.investopedia.com/articles/investing/011216/4-global-economic-issues-aging-population.asp> (дата обращения: 18.03.2023)

УДК 338.22

Экономический потенциал Арктики и соперничество стран в арктической зоне

Н.В. Летунова, студент магистратуры

Научный руководитель: Р.Р. Магомедов, д.и.н., профессор

Оренбургский государственный педагогический университет, Россия

Аннотация. Данная статья рассматривает экономические возможности арктического региона в контексте современного политического положения в Северном полушарии. Дается характеристика роста выгоды развития интенсивной разработки природных ресурсов в долгосрочной перспективе. В том числе анализируется потенциал арктической зоны в экономической сфере в условиях глобального потепления.

Ключевые слова: Арктика, Северный Ледовитый океан, «арктическая пятёрка», Россия, США, Китай, ресурсы.

Abstract. This article examines the economic opportunities of the Arctic region in the context of the current political situation in the Northern Hemisphere. The characteristic of the growth of benefits from the development of intensive development of natural resources in the long term is given. In particular, the potential of the Arctic zone in the economic sphere under conditions of global warming is analyzed.

Keywords: Arctic, Arctic Ocean, «Arctic Five», Russia, USA, China, resources.

Испокон веков, с самой своей колыбели человечество ведёт упорную борьбу за ресурсы, отвоёвывая их у природы и себе подобных. Ни один раз на одну чашу весов возлагались несметные природные богатства, а на другую десятки тысяч и даже десятки миллионов жизней людей, оказавшихся в эпицентре страстей по овладению ресурсами. Ни одно великое путешествие, ни одна война не обходились без анализа той выгоды, что преподнесёт судьба стороне, одержавшей вверх над природной стихией или над заклятыми противниками. Многие тысячи лет потребовались, чтобы исполосовать континенты пограничными столбами, предупреждавшими каждого встречного о

риске захода во владения той или иной нации. В XXI веке все земли уже давно поделены, теперь руки сильных мира сего направлены на суровые просторы Северного Ледовитого океана, скрывающих под толщей воды неисчисляемые кладези земных богатств.

Арктика обладает значительными запасами природных ресурсов, объём их, по некоторым данным, составляет от общемирового запаса 13 % нефти и 30 % природного газа. Добыча их осложнена суровыми климатическими условиями, однако благодаря глобальному потеплению бывшие арктические льды станут «Средиземным морем будущего», считают некоторые исследователи. По подсчетам учёных, «с 1985 г. Северный Ледовитый океан потерял почти половину своих многолетних льдов» [7]. Такими темпами в будущем перед миром откроется возможность использовать морской транспорт от военных кораблей и до круизных лайнеров без курсирования ледоколов по Северному полушарию.

«Освоение прибрежных вод Северного Ледовитого океана можно условно разделить на западное направление (нынешний канадский Северо-Западный проход, побережье Аляски и воды Гренландии) и восточное (российский Северный морской путь» [1, с. 174]. С арктическими восточными просторами нет столько политических трудностей, ведь они всегда были зоной влияния России, а на западе обстановка весьма остра, поскольку, по крайней мере, все страны «арктической пятерки» борются за право называть ту или иную часть водного пространства своей зоной влияния. «Особенностью Северного Ледовитого океана, являющегося основой для выделения Арктического региона в любых границах, является его раздел на сектора, относящиеся к арктическим государствам» [6, с. 7].

«Конвенция ООН по морскому праву 1982 г. не отменяет секторального принципа определения статуса территорий в Арктике» [2, с. 9], хоть не признаёт боковые границы секторов границами государств. Существующие ныне линии акватории стран показывают, что преимущественное право на Арктику имеет Россия, Канада, США, Норвегия и Дания. Члены «арктической пятёрки» могут правомерно признавать за собой 200 мильную зону Арктики от их границ. При этом, если государством будет доказано, что часть океанического шельфа – это продолжение континентальных геологических формирований, то границы такой страны могут быть существенно отодвинуты дальше на север.

«Континентальный шельф включает морское дно и его недра, продолжающиеся за пределы территориального моря на всем протяжении естественного продолжения сухопутной территории государства на расстояние 200 морских миль от исходных линий, от которых отмеряется ширина территориального моря» [6, с. 9]. Подводные хребты, отходящие от континента, позволяют России наращивать зоны экономического и политического влияния в регионе. Летом 2007 г. российские исследователи положили начало полярной экспедиции «Арктика 2007». Их миссия доказала, что тянущиеся к острову Гренландия подводные хребты Ломоносова и Менделеева отходят от Сибирской

континентальной платформы, что позволяет «России претендовать на огромную территорию Северного Ледовитого океана в 1,2 млн кв. км» [8, с. 39].

Результаты полярной экспедиции не были признаны мировым сообществом стран, где особо рьяно выступали против те, кто сам претендовал на эти территории или остро конкурировал с Россией. В целом заявления о расширении зон влияния стран в Арктике рассматриваются «соседями» довольно жёстко, что является следствием соперничества государств за потенциальную экономическую выгоду. Поэтому частым явлением выступает то, что страны не желают признавать расширение арктических зон своих соседей. Так было и с Данией, которая в 2014 г. подготовила и поставила на рассмотрение в ООН вопрос об увеличении зоны её влияния на 895 000 кв. км., за счет подводных хребтов, против высказались Россия и Канада, заявившие о нарушении своих национальных интересов.

Неспокойная конфликтная обстановка в регионе довольно легко объясняется огромными, ещё не тронутыми залежами природных богатств. Только в период с 1970 г. по 2015 г. «из недр Арктики России, США, Канады и Норвегии были извлечены гигантские объёмы углеводородов, превысившие 20 млрд. т., из которых около 86,4 % добыто в Арктической зоне РФ, а 13,1 % - на Аляске» [8, с. 39]. Россия имеет хороший потенциал для увеличения темпов по интенсивному освоению полезных ископаемых в арктической зоне. На сегодняшний день целью нашей страны «является доведение удельного веса арктической нефти до 20–30% от общей добычи к 2050 г.» [4, с. 94]. Кроме того, Северо-Восточный морской проход может стать достойной транспортной альтернативой. «В этой связи с зарубежных кораблей взимается плата за предоставление погодных и ледовых отчетов, услуги российских лоцманов и ледокольные услуги» [4, с. 94].

Если говорить о позиции США в Северном Ледовитом океане, то они остаются единственной страной, владеющей выходом в арктические воды, но не подписавшей конвенцию ООН по морскому праву. Этот документ позволяет государству подать претензию в спорах по разделу шельфа. Однако США до сих пор не ратифицировали конвенцию, что развязывает стране руки и позволяет ставить свои условия. Кроме того, сложная политическая ситуация в мире, введение санкций против России затрудняют и затормаживают процесс по освоению арктических просторов. «Например, компании ExxonMobil не удалось получить от министерства финансов США разрешение на проведение буровых работ в российской Арктике совместно с Роснефтью» [4, с. 94]. В связи с этим увеличивается потенциал развития экономических отношений в арктическом регионе с Китаем. Однако «в рамках арктических проектов КНР рассматривает РФ как транзитную зону, тогда как Гренландию, порты Северной Норвегии и Шпицберген как перспективные или работающие зоны добычи для китайских компаний, хотя в России есть идентичные и даже более оптимальные условия для добычи ресурсов с привлечением иностранных капиталов» [5, с. 163].

На сегодняшний день Пекин выступает главным конкурентом Вашингтона в Арктике, помимо Москвы. Китай «единственная страна, которая получила статус активного участника пространства, не входя в ареал государств региона» [5, с. 160]. Начиная с 2000-х гг. Китай углублял дипломатические отношения со странами Северной Европы, такими как Норвегия и Исландия, входящие в «арктическую пятёрку», но больших успехов Китай достиг с Данией, развивая сотрудничества в плане освоения богатых месторождений Гренландии. Кроме того, «датский вектор политики КНР в Арктике позволяет китайским компаниям использовать козырь в виде альтернативного поставщика ресурсов, чтобы договориться с другими партнёрами по данным линейкам ресурсов» [3, с. 189]. Речь здесь идёт о таких странах, как Австралия, США и Россия.

В то же время глобальное потепление не только предоставит альтернативный путь из Европы в Азию и откроет широкие возможности для добычи полезных ископаемых с океанического дна, но и перспективу установления вооружённых сил у границ условного противника. Это создает реальную угрозу национальной безопасности России, исходя из которой, ей следует принять комплекс мер в отношении тех государств, кто составляет ей геополитическое соперничество в Арктике.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ван, Цзюньтау История освоения Арктики // *Россия в глобальном мире*. 2014. № 4. С. 168 — 175.
2. Городецкий А. Е., Иванов В. В., Филин Б. Н. Правовые и методические проблемы стратегического планирования развития арктических регионов России // *Арктика: экология и экономика*. 2014. № 4 (16). С. 4 — 13.
3. Захарьев, Я. О. Экономическая стратегия КНР в Скандинавии. Часть 1. // *Экономические отношения журнал*. 2018. Т. 8. № 2. С. 181 - 192.
4. Кондратьев, В. Б. Минеральные ресурсы и будущее Арктики // *Горная промышленность*. 2020. № 1. С. 87 — 96.
5. Магомадов, И. А. Китайский вектор в Скандинавии как новая форма альтернативы партнерства РФ и КНР в Арктике в 2010 — 2020-х гг. // *Экономика, предпринимательство и право*. 2019. № 3. С. 159 - 166.
6. Мартынов, В. Л. Кузин, В. Ю. Границы Арктики и границы в Арктике // *Арктика. XXI век. Гуманитарные науки*. 2018. № 2 (16). С. 4 — 17.
7. Нурышев, Г. Н. Россия в современной геополитике [Электронный ресурс]. Вологда, 2012. URL: <https://document.wikireading.ru/81649> (Дата обращения: 15.10.2022).
8. Серикова, У. С. История освоения Арктики // *История науки и техники*. 2016. № 4. С. 35- 40.

УДК 338

Система государственной гражданской службы

З.Р. Негуч, студент

*Научный руководитель: И.В. Балашова, к.э.н., доцент,
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Институциональная подсистема в государственном управлении является объединением государственных органов исполнительной власти и управления, которые, взаимодействуя друг с другом и с институтами гражданского общества осуществляют воздействие с обеих сторон с целью реализации законов. Государственное управление в первую очередь представляет собой сферу правовых отношений, которые образуются при взаимодействии государства с обществом, государственных служащих с гражданами. Главное правило поведенческой школы состоит в том, что развитие науки поведения способствует повышению эффективности труда как отдельного служащего, так и всей системы государственного управления.

Ключевые слова: государственная служба, система государственного управления.

Abstract. The institutional subsystem in public administration is an association of state bodies of executive power and administration, which, interacting with each other and with civil society institutions, exert influence on both sides in order to implement laws. Public administration is primarily a sphere of legal relations that are formed in the interaction of the state with society, civil servants with citizens. The main rule of the behavioral school is that the development of the science of behavior contributes to an increase in the efficiency of the work of both an individual employee and the entire system of public administration.

Keywords: public service, public administration system.

На современном этапе развития государства главной задачей для власти является формирование качественного, эффективного и высококвалифицированного кадрового состава, который способен эффективно выполнять свои функции. Поэтому, сегодня вопрос о поиске наиболее эффективных и новых подходов к управлению человеческими ресурсами является ключевой задачей государственной службы.

Государственная служба существенно отличается от коммерческого предприятия. Если в бизнесе сотрудников можно мотивировать премиями, найти рычаги воздействия с помощью систем штрафов и поощрений согласно Трудовому кодексу РФ, то на государственной службе необходимо соблюдать ряд законов и нормативно-правовых актов федерального и регионального уровня.

Актуальность темы исследования объясняется наличием серьезных проблем, непосредственно связанных с эффективным использованием сотрудников в системе государственной гражданской службы. То есть, сегодня используются далеко не все подходы и методы управления персоналом, которые были бы максимально эффективны, кроме этого, не совершенствуются технологии, не привлекаются инновации в процесс управления. Большой интерес в этой области представляет опыт зарубежных стран, где процесс государственной службы включает современные методы управления

персоналом. В российской системе государственной гражданской службы, к сожалению, процесс управления персоналом нельзя назвать идеальным и требует поиска новых путей совершенствования управления государственной службой.

Теория управления – многогранная наука, изучающая принципы и методы управления. Изучение этой науки позволяет получить конкретные знания и практические навыки в постановке и обосновании целей управления и в мобилизации усилий персонала для достижения этих целей, дает возможность принимать научно обоснованные решения, систематизировать работу кадров, управлять предприятиями и организациями как целостными системами [1]. Важность спецподготовки в области управления вызвана тем, что руководитель, работая с подчиненными, должен всесторонне проявлять себя в работе и активно взаимодействовать. Чтобы сотрудничество было результативным, хороший руководитель должен обладать навыками коммуникации и делового общения. Без умения руководить людьми, совместно решать стоящие перед организацией задачи, эффективное управление в принципе невозможно [2]. Сам термин «управление» можно выразить как воздействие, осуществляемое управляющим элементом на управляемый элемент. Это воздействие направлено на упорядочение системы и обеспечение её функционирования либо путем самоуправления, либо с помощью специально созданных структур (государства и его органов, общественных организаций или партий).

Система государственного управления в классической школе предусмотрена как иерархическая организация с линейно-функциональной организационной структурой. Данная модель может быть эффективна в условиях стабильной социальной среды и однотипных управленческих распоряжений, и задач. Она до сих пор пользуется популярностью на некоторых уровнях государственного управления.

В ответ на неспособность классической школы осознать человеческий фактор появляется другая, полностью противоречащая концепция, которую иногда называют неоклассической. Очень важным моментом в теории управления является развитие школы человеческих отношений, где работник рассматривается как индивид, а не рабочая сила.

Новым этапом в развитии теории государственного управления можно считать вторую половину XX века вплоть до конца этого века. Системный и поведенческий подходы были наиболее развиты в тот период. Поведенческий подход тесно связан со школой поведенческих наук. Главное внимание в ней было уделено налаживанию межличностных отношений. Данный подход в государственной службе означал, что каждый служащий может осознать свои возможности в государственных структурах, применяя концепции науки поведения. Главное правило поведенческой школы состоит в том, что развитие науки поведения способствует повышению эффективности труда как отдельного служащего, так и всей системы государственного управления.

Завершающей концепцией в теории управления является школа науки управления. Цель данной школы заключается во внедрении точных наук, например, инженерных и математических. Особенностью школы является замена слов на символы и модели. Благодаря появлению информационных технологий, школа науки управления продвинулась значительно вперед. Это позволило внедрять наиболее эффективные управленческие решения. Знакомые нам на данный момент методологические подходы – системный, процессный и ситуационный – как раз заложены в основу данной концепции.

Для нашего времени характерно применение нескольких подходов, что не совсем корректно, так как нет упора на главный, центральный подход, которого придерживались бы в обязательном порядке. Главной на данный момент остается проблема понимания государственной службы и развитие её как отдельной научной дисциплины. Это зависит от сменяющихся политических режимов, аппарата управления и т.д. Государственная служба - это особая система, которая необходима для выполнения государственных функций. Если рассматривать государственную службу как отдельный феномен, стоит изучить её с теоретической точки зрения, а, следовательно, понять, в каких научных областях она исследуется [3]. Здесь возникает основная проблема – в классификации общественных наук государственной службы нет.

В научных определениях государственной службы сложились три подхода к её характеристике:

- деятельностный;
- политический;
- институциональный.

В ходе деятельностного подхода государственная служба является механизмом обеспечения государственной власти. То есть благодаря государственной службе реализуется власть в государстве. Государственная служба является политическим инструментом. Полагаясь на практический опыт, нельзя не отметить о том, что служба в государственных органах не ограничивается только лишь политическими решениями. Сегодня ее функционал намного шире – социальные аспекты, административный феномен, все это необходимо учитывать в системе государственной службы, в целях ее наилучшего олицетворения. Именно комплексное осуществление вышеперечисленных аспектов и делает государственную службу деятельным органом власти. Тогда выявляется институциональный подход, в котором государственная служба подразумевает выполнение законов, реализацию государственных дел и функционала.

Но все они строятся на законодательном определении государственной службы, сколько бы разновидностей не существовало в науке, в различных исследованиях. Нормативно-правовое определение закреплено в Федеральном законе № 58-ФЗ «О системе государственной службы Российской Федерации», и здесь государственная служба обозначена как профессиональная служебная деятельность гражданина РФ, действие которой направлено на обеспечение

полномочий страны в целом, органов власти федерального уровня, органов власти субъектов РФ.

Также отметим особенности государственной службы с точки зрения ее классификации по определенным признакам. Если говорить о внешних признаках, то разделение классическое: государственная служба федерального уровня и государственная служба субъектов РФ.

Рассматривая систему государственного управления, можно выделить её элементы, для которых характерно изучение с разных научных позиций.

Институциональная подсистема объединяет множество государственных институтов – отсюда и название. Само «слово институт» можно рассматривать как устойчивое объединение людей по различным признакам: институт семьи, церкви, государства. В данном случае институциональная подсистема в государственном управлении является объединением государственных органов исполнительной власти и управления, которые, взаимодействуя друг с другом и с институтами гражданского общества осуществляют воздействие с обеих сторон с целью реализации законов. Государственное управление в первую очередь представляет собой сферу правовых отношений, которые образуются при взаимодействии государства с обществом, государственных служащих с гражданами [4]. Поэтому в системе управления государством складывается такой элемент, как нормативно-правовая подсистема. Она представляет собой совокупность правовых норм, которые реализуются с помощью институциональной подсистемы. Правовые нормы устанавливаются государственной властью.

Коммуникативная подсистема обеспечивает передачу информации между всеми элементами государственного управления. Информационная потребность, возникающая в системе управления государством, отражает заданные цели и определяемые ими задачи. Это характеризуется как информация о фактическом и желаемом состояниях объекта управления. Для удовлетворения информационной потребности государству нужны информационные ресурсы. Ими является информация, которая зафиксирована на различных носителях: архивы, хранилища, а также документы в различных формах.

Функционально-структурная подсистема состоит из функций государственного управления, которые относятся к определенному структурному подразделению. Функциональная структура управления государством дает представление о форме государственного устройства, развитости местного самоуправления, уровне централизации- децентрализации, то есть позволяет увидеть общую картину управляющего воздействия органов власти на различных уровнях.

Кадровая подсистема обеспечивает государственным органам наличие квалифицированного персонала. Государство несет ответственность за создание и поддержание благоприятных условий жизни и деятельности человека, а человек, в свою очередь, поддерживает существование и

функционирование государства [5]. Профессионально-культурная подсистема способствует развитию профессиональной культуры между сотрудниками государственных органов. Это влияет на создание корпоративной культуры и на профессиональное развитие всего коллектива.

В некоторых источниках принято выделять научно-технологическую подсистему. Её суть заключается в том, чтобы обеспечить государству развитие современных технологий. Это позволяет государственному управлению избежать хаотичности, придает динамику в управлении и обеспечивает высокий уровень эффективности.

Таким образом, каждая из подсистем воздействует на экономическую и политическую стороны власти, а это, в свою очередь, оказывает огромное влияние на производственную, социальную и духовную жизнь общества.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Балашова, И. В. Основные проблемы и барьеры успешного применения частно-государственного партнерства в Российской Федерации / И. В. Балашова, К. С. Приходько // Сфера услуг: инновации и качество. – 2019. – № 45. – С. 4-13. – EDN GHQLBM.

2. Балашова, И. В. Генезис иностранных инвестиций в российской экономике / И. В. Балашова, С. А. Козловская // Сфера услуг: инновации и качество. – 2019. – № 43. – С. 4-11. – EDN DJLXHO.

3. Балашова, И. В. Формирование и использование средств регионального бюджета / И. В. Балашова, Т. А. Терещенко. – Краснодар: Индивидуальный предприниматель Кабанов Виктор Болеславович (Издательство "Новация"), 2022. – 62 с. – ISBN 978-5-00179-163-8. – EDN VQVUPK.

4. Балашова, И. В. Аналитические системы как фактор повышения эффективности управления проектной деятельностью / И. В. Балашова, А. В. Дерягина // . – 2022. – Т. 12, № 1(37). – С. 96-100. – EDN ZYVQQC.

5. Управление человеческими ресурсами / И. В. Балашова, Е. А. Бюллер, В. Е. Довбыш [и др.]. – Краснодар: Новация, 2021. – 362 с. – ISBN 978-5-00179-137-9. – EDN ICEIDX.

УДК 336.02

Оценка динамики уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации

Е.А. Облёзова, студент

*Научный руководитель: Л.В. Портнова, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Статья посвящена анализу уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации. Дано объяснение, почему данная проблема является актуальной в текущих реалиях. Представлены результаты исследования текущего уровня финансовой грамотности населения, а также информация об основных государственных программах, осуществляющих работу в данной сфере.

Ключевые слова: Российская Федерация, финансовая грамотность, население, показатели финансовой грамотности.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the level of financial literacy of the population of the Russian Federation. An explanation is given why this problem is relevant in the current realities. The results of the study of the current level of financial literacy of the population are presented, as well as information about the main state programs that work in this area.

Keywords: Russian Federation, financial literacy, population, indicators of financial literacy.

Жизнь каждого человека в той или иной степени связана с финансами, поскольку все мы распоряжаемся собственными денежными средствами в магазинах, пользуемся различными услугами, например, собственным и общественным транспортом, и другими.

Однако, стоит отметить, что людям необходимо не просто зарабатывать и тратить свои деньги, а делать это рационально. Таким образом можно не потерять свой капитал, а значительно его приумножить.

Финансовая грамотность выступает своеобразным проводником между миром финансов и человеком. Под ней понимают, прежде всего, достаточный уровень навыков и знаний в сфере финансов, позволяющий проводить правильную оценку ситуации на рынке и принимать верные и разумные решения по распоряжению денежными средствами [1].

Рассмотрим, что же входит в данное понятие.

Согласно данным Центрального Банка Российской Федерации, в понятие финансовой грамотности входят три группы показателей: знания, поведение и установки.

К знаниям относятся:

- умение рассчитать простой процент;
- понимание сути ссудного процента;
- понимание сути инфляции;
- понимание принципа диверсификации;
- понимание того, что чем выше доходность, тем выше риск.

В свою очередь, в показатели поведения финансово грамотных граждан включаются люди, осуществляющие следующие действия:

- делали сбережения за последний год;
- хватает доходов на покрытие расходов;
- сравнивают условия предоставления финансовых услуг в различных компаниях при выборе услуги;
- принимают самостоятельные решения о своих финансах;
- располагают запасом средств для непредвиденных жизненных ситуаций (на месяц и более).

И, наконец, к людям, обладающими установками по финансовой грамотности относятся те, кто считают, что:

- важно заботиться о завтрашнем дне;
- осознают обязанность платежей по кредитам [2].

Таким образом, мы видим, что человеку необходимо обладать всем вышеперечисленным, чтобы быть по-настоящему финансово грамотным и рационально распоряжаться своими денежными средствами.

Стоит отметить, что проблема повышения уровня финансовой грамотности является актуальной во всем мире, особенно в связи с всеобщей цифровизацией и информатизации экономики и переходом большей части платежных инструментов в интернет. Так, в Российской Федерации, преобладающая часть населения пользуется банковскими картами, дебетовыми и кредитными, а также банковскими счетами.

Согласно информации, представленной ЦБ РФ, в России уже более $\frac{3}{4}$ (или 78%) всех платежей проходят в безналичной форме с использованием электронных платежных систем. И только 22% платежей – наличные. Обратного хода к популяризации наличных расчетов не планируется, так как люди во всю оценили удобство и быстроту безналичного оборота денежных средств. Представим динамику доли безналичных расчетов в розничном обороте за 2017-2022 год на рисунке 1:

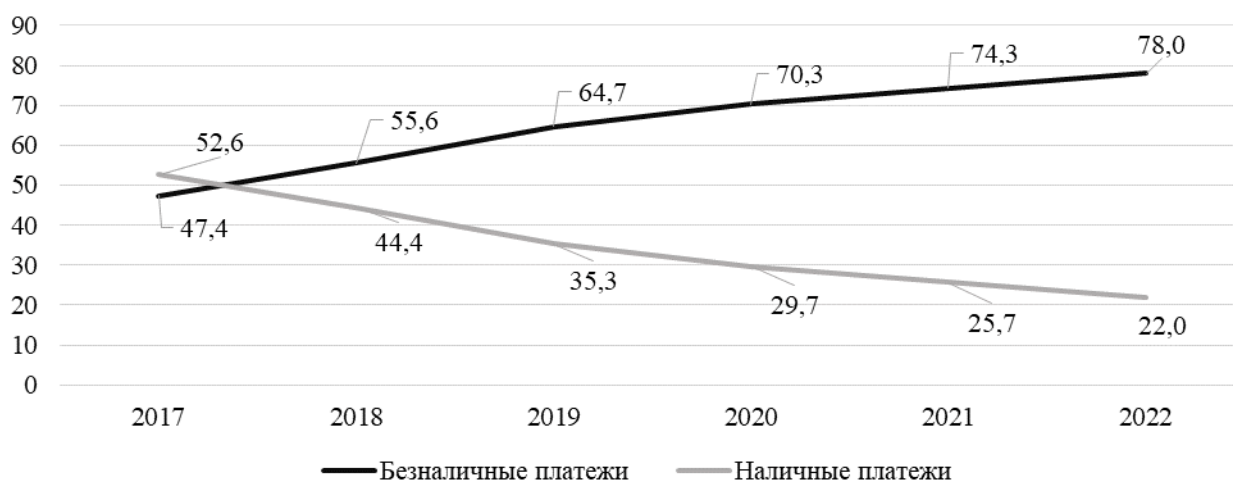


Рисунок 1 – Доля безналичных и наличных расчетов в розничном обороте в РФ, %

Анализируя приведенные на рисунке 1 данные, можно заметить, что доля безналичных расчетов в розничном обороте имеет восходящую тенденцию, а доля наличных расчетов – нисходящую.

С появлением электронных средств и систем платежей (например, платежная система «МИР»), способы оплаты товаров и услуг населением также подверглись значительному изменению. Особенно это усилилось в период пандемии, когда люди по большей части не могли выходить за пределы собственной квартиры, а большинство потребительских покупок переместилось в Интернет. Сейчас люди могут просто заказать любой товар через интернет, а

расплатиться – с помощью электронных платежных систем. Популяризация данного способа оплаты значительно обострила проблему интернет-мошенничества.

Согласно информации, представленной на официальном сайте Банка России, динамика случаев финансового мошенничества имеет тенденцию к росту (рис. 2):

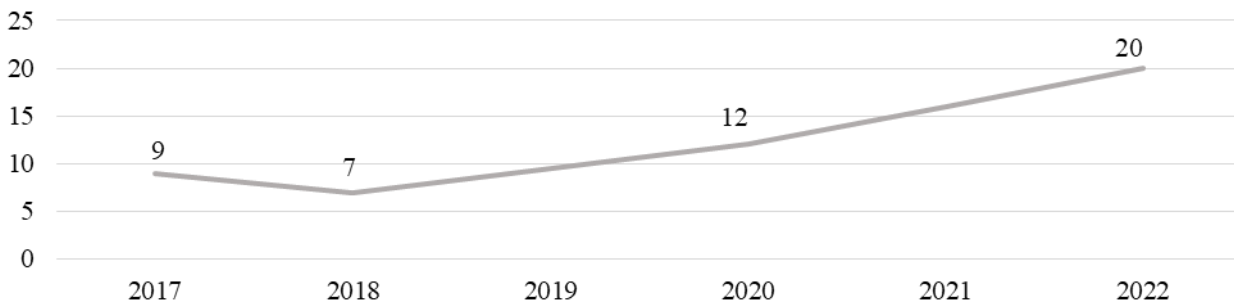


Рисунок 2 – Динамика случаев финансового мошенничества в РФ, в % от всех опрошенных

Таким образом, согласно данным, представленным на рисунке 2, начиная с 2018 года доля людей, которые сталкивались с мошенничеством, в общем количестве опрошенных постоянно растет. Основной причиной подобного явления можно назвать действия телефонных мошенников, которые сообщают о подозрительных транзакциях по картам, и, усыпляя бдительность людей, завладевают их счетами с денежными средствами.

Всего этого можно избежать, повысив осведомленность населения о банках и банковской деятельности, а также о распространенных мошеннических схемах, применяемых в целях обмана и похищения денег.

Рассмотрим результаты исследования Института фонда «Общественное мнение» (инФОМ), проводимого по заказу Банка России. Данное исследование является четвертым по счету, предыдущие осуществлялись в 2017, 2018 и 2020 годах. В опросе приняли участие более 4 тыс. человек из 207 городов и сел большинства субъектов Российской Федерации. Результаты исследования приведены на рисунках 3 и 4.

Так, рассматривая данные рисунка 3, можно заметить следующее. Восходящей или нисходящей динамической тенденции выявлено не было. Показатели колеблются, оставаясь примерно на одном уровне. Например, доля опрошенных, понимающих, что чем выше доходность, тем выше риск, снизилась в 2020 и 2022 годах. Незначительному росту в размере 1-2% подверглась доля опрошенных, умеющих рассчитать простой процент, а также тех, кто понимает суть инфляции.

Однако, рассматривая данные рисунка 3 в целом, можно сказать, что работа по повышению финансовой грамотности в области знаний пока не принесла значительного успеха.

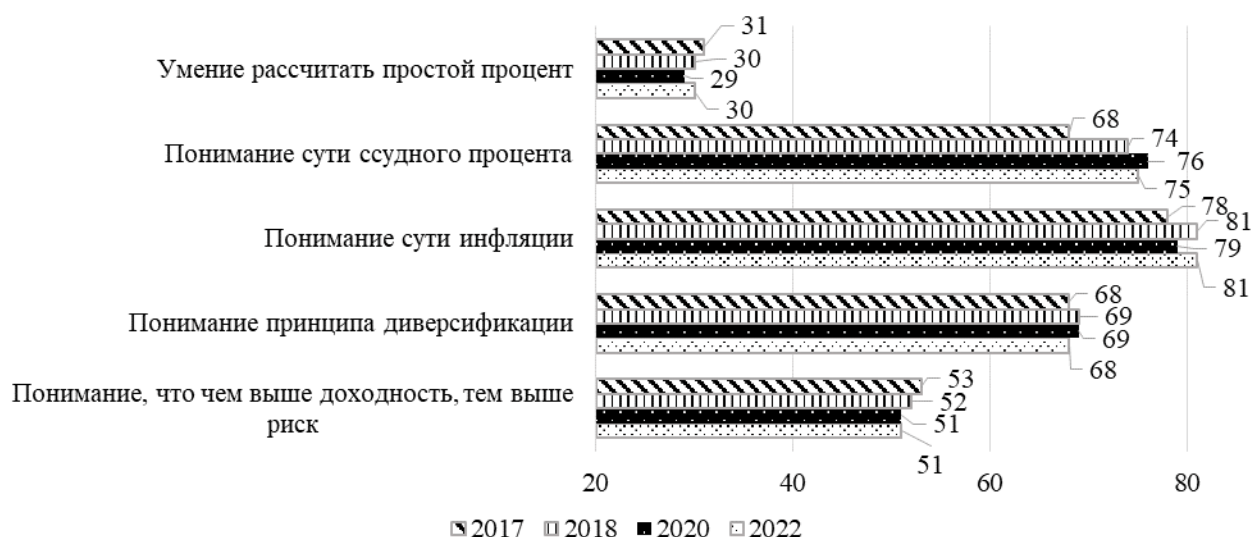


Рисунок 3 – Уровень знаний населения как показатель финансовой грамотности, в % от всех опрошенных

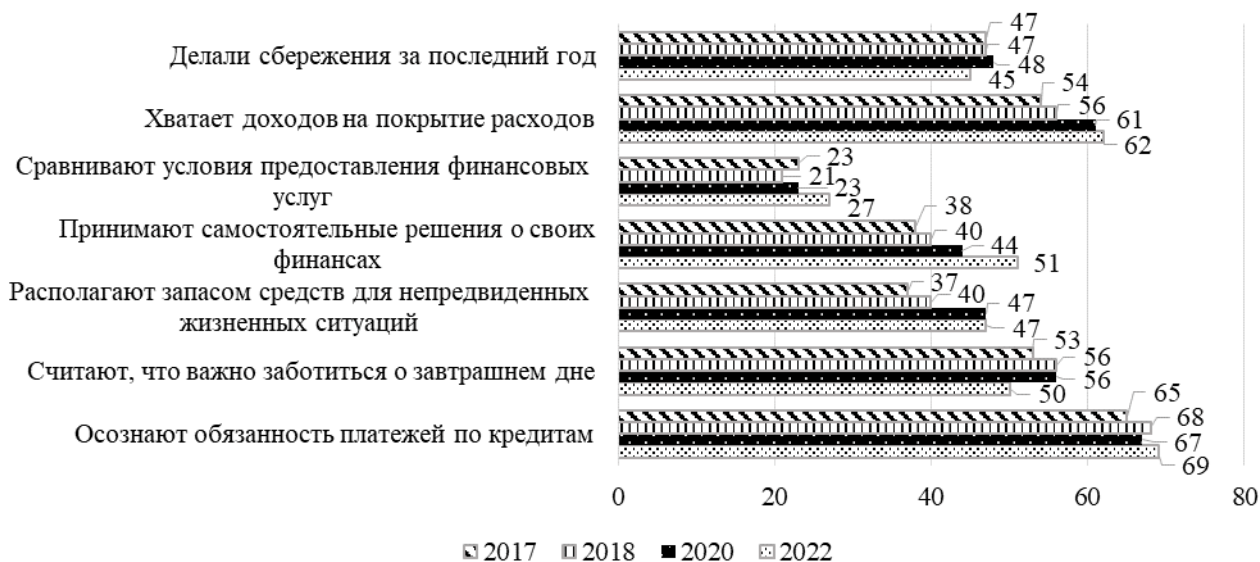


Рисунок 4 – Поведение и установки населения как показатель финансовой грамотности, в % от всех опрошенных

Проанализируем поведение и установки населения Российской Федерации в области финансовой грамотности, представленные на рисунке 4. Так, хочется отметить, что доля населения, самостоятельно принимающего решения о своих финансах, а также тех, кому хватает доходов на покрытие расходов, существенно выросла. Однако, снизилась доля людей, которые считают, что нужно заботиться о завтрашнем дне. На этом могут сказаться последствия пандемии, непредсказуемо ударившей по экономике всей страны в целом и личному бюджету каждого человека.

Также в 2022 году значительно увеличилась доля населения, которое сравнивает условия предоставления финансовых услуг в различных компаниях при выборе услуги. Это является благоприятной тенденцией, которая говорит о

повышении осведомленности граждан РФ о различных банковских и иных продуктах, а также о возможном предотвращении нерациональных трат денежных средств. Кроме того, самостоятельное принятие решений в пользу выбора той или иной услуги ограждает потребителя от выбора тех услуг, которые им не нужны, но «навязаны» работниками финансовых и иных организаций.

Исходя из вышесказанного, можно заметить, что уровень финансовой грамотности, выражающийся в формировании поведения и установок населения, вырос.

Для обобщающего измерения уровня финансовой грамотности населения с 2018 года и по настоящее время используется Индекс финансовой грамотности. Он показывает, насколько человек способен разумно управлять своими личными финансами. Этот показатель измеряется в диапазоне от 1 до 21 балла. По состоянию на начало 2022 года Индекс финансовой грамотности россиян составил 12,57 балла (рост на 2% по сравнению со значением 2018 года – 12,12 балла) [3].

Исследования показывают, что людям нужно ограждать себя от необдуманных трат и заранее планировать свои расходы. Это является первым сильным шагом, способствующим повысить собственную финансовую грамотность. Однако идеальным способом повышения уровня финансовой грамотности является формирование полезных финансовых привычек еще с детского возраста. Для этого в настоящее время в дошкольные и школьные образовательные программы внедряются уроки финансовой грамотности, где детям простыми словами объясняют сложные финансовые термины и явления [4].

Хочется добавить, что для реализации Стратегии повышения финансовой грамотности по поручению Правительства РФ Банк России и Министерство Финансов РФ совместно разработали план мероприятий, иными словами, «дорожную карту» на 2017-2023 годы [5]. Согласно данному плану, в стране организуются олимпиады в сфере финансовой грамотности для обучающихся, проводятся уроки финансовой грамотности для людей пенсионного возраста. Кроме того, одним из нововведений относится создание рабочих групп из числа волонтеров педагогических отрядов, задачей которых является обучение финансовой грамотности детей дошкольного и школьного возраста в игровом формате.

Таким образом, можно сделать вывод, что повышение уровня финансовой грамотности населения является одним из приоритетных направлений развития современного общества. Работа в данном направлении уже начала приносить результаты и будет продолжаться.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Семина Е.Р., Портнова Л.В. Финансовая грамотность населения России в отношении использования банковских услуг. В сборнике: Актуальные проблемы и

перспективы развития экономики в современных условиях. Сборник XIII Международной студенческой научно-практической конференции. Волгоград, 2021. С. 244-248.

2. *Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. Режим доступа: <https://cbr.ru/> (дата обращения 19.03.2023).*

3. *Официальный сайт Национального агентства финансовых исследований (НАФИ). Режим доступа: <https://nafii.ru/> (дата обращения 22.03.2023).*

4. Alexandrova L.A., Lapteva E.V., Ogorodnikova E.P., Portnova L.V., Kolodijnaia A.U. *INNOVATIONS OF ELECTRONIC PAYMENTS IN THE BANKING SECTOR OF THE RUSSIAN ECONOMY. В сборнике: European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. International Scientific Conference dedicated to the 80th anniversary of Turkayev Hassan Vakhitovich. Kh. I. Ibragimov Complex Research Institute. 2020. С. 1304-1310.*

5. *Распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 N 2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 годы».*

УДК 339.138

Социально-этические проблемы в маркетинге

*В.Е. Петров, И.Р. Галимов, студенты
Научный руководитель: Т.Г. Нестерова, к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Возросший авторитет маркетинга в менеджменте привел к необходимости создания механизмов, с помощью которых можно было бы выявлять и разрешать социально-этические проблемы. В статье приведен анализ основных социально-этических проблем, которые характерны для современного маркетинга. Дана оценка наиболее распространённым социально-этическим проблемам на современном этапе.

Ключевые слова: маркетинг, проблемы, социальная этика, воздействие, общественность.

Abstract. The article analyzes the main socio-ethical problems that are characteristic of modern marketing. The opportunities that are given to marketing through numerous studies are aimed at influencing the consumer at all levels. This leads to serious social and ethical problems that cannot be ignored by the public.

Keywords: marketing, problems, social ethics, impact, public.

Возможности, которые даются маркетингу посредством многочисленных исследований, направлены на воздействие на потребителя на всех уровнях. Это приводит к возникновению серьезных социально-этических проблем, которые не могут быть оставлены без внимания общественности.

Цель нашего исследования изучить специфику социально-этических проблем в маркетинге.

В нашей работе маркетинг трактуется как деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли.

Получение прибыли очень часто входит в противоречие с этическими нормами социума, когда недобросовестные работники, стремясь получить сиюминутную выгоду не учитывают общественные интересы.

Существует несколько общих рамок, которые можно использовать для оценки и обсуждения социально-этических вопросов. Один наиболее часто используемый метод основан на рассуждениях, ориентированных на намерение, или на рассуждениях, ориентированных на результат.

Проблемы могут возникнуть, когда цели социально-этического маркетинга, направленные на оказание помощи одному сегменту населения, могут поставить в невыгодное положение другие. К примеру, производство хорошего автомобиля для одного класса людей, при этом забывая про других. Они также могут возникать в тех случаях, когда через средства массовой информации составляют существенную часть вмешательства. Даже если достигнуты положительные результаты для большого числа групп населения, психологический вред среди тех, кто не входит в целевую группу, делает вмешательство неэтичным и, следовательно, неприемлемым. Поэтому стоит всегда обращать внимание на поведение потребителя, одно из главных задач исследования поведения потребителей, является выяснение факторов, влияющих на процесс принятия решений.

В маркетинге всегда актуален вопрос о том, кто определяет желаемое поведение потребителя, на какие виды поведения следует ориентироваться для изменения данного поведения и какой объем ресурсов должен быть выделен на это. Как правило, изменение поведения может быть направлено на социальное благо, такое как улучшение общего состояния благополучия и здоровья населения или сведение к минимуму неравенства в данных отношениях [1].

Кроме того, рассмотрение потенциального вреда для других, который может возникнуть в результате вмешательства социального маркетинга, должно быть обязательным условием при разработке любого вмешательства. Действительно, при разработке вмешательств мы должны спросить:

- Кто уполномочен представлять большие и разнообразные группы населения с целью получения информированного согласия и как это может быть реализовано?

- Как индивидуальные свободы выбора и индивидуальные права уравниваются выгодами для общества в целом?

Критические замечания в адрес социального маркетинга основаны на следующем:

- Концепция обмена основывается на представлении о том, что люди действуют рационально, когда есть много свидетельств того, что это не так.

- Социальный маркетинг апеллирует к низменным инстинктам людей

- Социальный маркетинг расширяет дисбаланс власти между государством и отдельными лицами в пользу государства.

Этика - это термин, который активно обсуждается, причем в исследованиях представлено множество определений, которые рассматривают понятие, в зависимости от точки зрения дисциплины.

Что касается этического выбора, с которым можно столкнуться в повседневной жизни, следующий пример может помочь проиллюстрировать тип проблем, охватываемых принятием этических решений:

Например, основное внимание может уделяться моральному выбору, то есть выбору того, что является правильным или справедливым поведением, в отличие от простого соблюдения положений закона в конкретной ситуации и природы самой морали [2].

Более широкое определение, которое отражает некоторые проблемы, связанные с этическими дилеммами, - это обычно определяемая как изучение стандартов поведения и моральных суждений. Она особенно полезна для нас, когда помогает нам разрешить противоречащие стандарты или моральные суждения. Это не так просто, как решить, что правильно, а что неправильно.

Как и в случае с самим социальным маркетингом, нет общего согласия относительно определения этики, как оно применяется в контексте бизнеса маркетинга, хотя многие определения похожи друг на друга.

Существует широкий спектр кодексов, начиная от общих указаний или рекомендаций по наилучшей практике и заканчивая четкими требованиями, нарушение которых может привести к лишению права заниматься определенной профессией или даже к уголовному преследованию. К примеру, Существуют Кодексы профессиональной практики они служат для регулирования конкретных профессий. Они содержат конкретные этические положения и четкие санкции, которые будут применены в случае нарушения этих положений.

Что касается маркетинга, то во многих странах он является саморегулируемым, поскольку различные секторы индустрии коммуникаций, включая рекламодателей, рекламные агентства и средства массовой информации, сотрудничают в разработке кодексов практики.

Некоторые из специфических областей деятельности социального маркетинга, которые поднимают этические вопросы, связаны с таргетингом.

Таргетинг – это рекламный механизм, позволяющий выделить из всей аудитории, только ту часть, которая соответствует требованиям.

Фундаментальной стратегией маркетологов является «выбор целевых рынков, на которые они могут наилучшим образом повлиять и удовлетворить». Эта стратегия, применяемая к деятельности по социальному маркетингу, может привести к тому, что некоторые сегменты целевой аудитории будут исключены из-за того, что их трудно или сравнительно дорого охватить. Исключение групп из-за адресности также может быть оспорено, когда государственные службы должны обеспечивать всеобщий и равный доступ.

Проанализируем основные социально-этические проблемы, которые активно проявляются в процессе таргетинга.

- Проблемы грамотности.

Вопросы грамотности, как правило, в значительной степени игнорируются при предоставлении медицинских информационных материалов. Различные определения грамотности затрудняют сравнение результатов перекрестных исследований, однако, по-видимому, существует согласие в том, что около 20% населения большинства развитых стран имеют серьезные проблемы с грамотностью и что еще 20% имеют ограниченную грамотность. Необходимо принимать во внимание конкретные потребности этих групп, признавая их трудности, но избегая проявления снисходительности при разработке и проведении маркетинговых мероприятий.

- Подростки

В тех случаях, когда кампании социального маркетинга направлены на детей или подростков, необходимо учитывать дополнительные факторы, начиная со сбора данных. В зависимости от возраста потенциального участника вмешательства для начала или продолжения участия может потребоваться согласие родителей. Этическая дилемма может возникнуть, если ребенок или подросток не желает участвовать. В таких обстоятельствах они не должны чувствовать, что их принуждают к участию в исследованиях, испытаниях лечения или вмешательстве в социальный маркетинг просто для того, чтобы угодить «родителям или другим авторитетным фигурам» [3].

- Некоренное население.

Потребности некоренного населения не всегда учитываются в процессе маркетинговых мероприятий. При этом данные группы могут сохранять значительное влияние, в том числе культурные ценности и языковые предпочтения, со стороны своей страны происхождения в течение значительного времени. В результате они, например, могут быть дезориентированы такими сообщениями, как те, которые рекомендуют ограничить потребление определенных продуктов, когда они не ограничены в их родных странах. Кроме того, неспособность принять во внимание их (основанные на культуре) представления о проблемах, связанных, например, со здравоохранением, может привести к тому, что вмешательства не увенчаются успехом. То же самое справедливо и в ситуациях, когда коренное население не представляет наиболее влиятельных культурных и экономических групп в обществе, и снова потребности могут быть упущены из виду в пользу более доминирующего некоренного населения.

Проблемы также возникают в связи с решениями о том, когда приемлемо принимать законодательные акты (например, использование ремней безопасности или введение закона об ограничении курения), когда сосредоточиться на образовании, когда изменить предоставление услуг и когда стимулировать поведение. Например, кампании по отказу от курения с использованием стимулов могут вызывать разочарование у людей из низких социально-экономических групп, которые, возможно, хотят бросить курить, но которых не поддерживают семья или друзья. В некоторых сообществах

распространенность курения может быть достаточно высокой, чтобы представлять собой поведенческую норму. Стимулы также могут иметь порочный эффект, делая поведение, которое пытаются изменить, на самом деле более привлекательным или вознаграждающим. Например, предложение призов или финансовых стимулов для отказа от курения может побудить некоторых людей отказаться от этой привычки, чтобы затем получить вознаграждение, предлагаемое за отказ от курения.

Этические проблемы возникают, когда организации вступают в партнерские отношения для разработки или проведения мероприятий социального маркетинга. Партнерские отношения на базе сообщества между некоммерческими партнерами, как правило, относительно беспроblemны. Однако опасения особенно очевидны, когда в партнерстве участвуют коммерческие организации, то есть государственно-частные партнерства.

Также может существовать философское неприятие любого участия коммерческого сектора в социальном маркетинге. Коммерческим организациям легче вступать в партнерские отношения или альянсы, которые поддерживают популярные и привлекательные для СМИ темы в области социального маркетинга. Однако коммерческие ассоциации, скорее всего, будут сосредоточены на «гламурных» аспектах, таких как исследования, а не на практических вопросах. Обоснование вовлечения коммерческой организации в другие сферы деятельности должно быть построено на другой основе.

В установлении успешных партнерских отношений есть много преимуществ. Для государственного партнера это включает доступ к навыкам, экспертным знаниям и ресурсам, которых не хватает в государственном секторе. Частный партнер может заручиться доверием, получить доступ к информации о рынке и способ связать организацию с этической деловой практикой. Обзоры успешных партнерств выявили следующие факторы, необходимые для эффективного партнерства, которое не станет основной для возникновения социально-этических проблем маркетинга:

- Соглашение о конкретных целях;
- Соответствующий дополнительный опыт;
- Долгосрочные выгоды для всех заинтересованных сторон;
- Справедливый вклад экспертных знаний и ресурсов;
- Прозрачные договоренности;
- Согласованные этические кодексы.

На практическом этапе исследования, были опрошены студенты 2 курса РЭУ им. Г.В. Плеханова, направления «Менеджмент». Эта группа студентов выбрана не случайно. Эти студенты, в рамках образовательной программы своей специальности уже изучали основы менеджмента, маркетинга, а также этику деловых отношений и этику бизнеса. Кроме того, студенты имеют опыт работы в сфере продажи товаров и услуг. На занятиях по этике они научились анализировать реальные ситуации, когда получение выгоды входит в противоречие с общественными интересами. Опрос и анкетирование показал,

что наиболее распространёнными социально-этическими проблемами являются: ложное обещание, несоответствие ожиданиям, неполные сведения.

Рассмотрим ложное обещание, часто встречается в менеджменте, когда нам обещают в услугах, часто это происходит в этой среде. К примеру, консультация у психолога, когда нам обещают разобраться в проблеме, но по факту человек даже не может полностью оказаться в нашей проблеме.

Также в современном менеджменте встречается такое понятие как, несоответствие ожиданиям. Также больше встречается в услугах, в продвижениях, когда у нас завышенные ожидания. К примеру, мы покупаем услуги по продвижению социальных сетей, где у нас высокие ожидания у эксперта, но как правило он полностью не сделает как нам нужно.

Далее мы также сталкиваемся с неполными сведениями, когда продукт полностью не описан, либо услуги полностью не обговорены. К примеру, при начале работы с маркетологом, мы обговорили все вопросы и требования, но к концу работы полностью изменились требования.

Таким образом, современный маркетинг имеет социально-этические проблемы, которые продиктованы не только попытками воздействия на общество и его отдельные группы, но и спецификой взаимодействия между собой всех участников маркетингового процесса. Решение данных проблем должно быть основано на сложившихся общественных нормах и на первоочередной роли человека как личности.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Павлова М.М., Нестерова Т.Г. Идеи нравственной экономики в рассуждениях раннехристианских мыслителей // *Экономика и управление бизнесу и государству: современные решения, инновации и технологии. Сборник научных трудов Всероссийской студенческой научно-практической конференции, проводимой в рамках Года науки и технологий (с международным участием). Под научной редакцией Н.В. Калинина. Москва, 2022. С. 311-315.*

2. Uvarov A.Yu., Nesterova T.G. *The importance of the English language in the economic life of society // Экономика и управление бизнесу и государству: современные решения, инновации и технологии. Сборник научных трудов Всероссийской студенческой научно-практической конференции, проводимой в рамках Года науки и технологий (с международным участием). Под научной редакцией Н.В. Калинина. Москва, 2022. С. 333-337.*

3. Скорнякова, Е. А. Основные проблемы социальной ответственности маркетинга / Е. А. Скорнякова // *Статистические и системно-параметрические исследования: сборник научных статей Международной научно-практической конференции, Курск, 27 апреля 2016 года / Министерство образования и науки РФ; Юго-Западный государственный университет. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2016. – С. 188-190.*

Монеты как носители особых знаков и символов

А.Е. Пильгун, студент

Научный руководитель: В.Ф. Ремизова, к.п.н., доцент

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

Аннотация. В статье представлен взгляд на российские и иностранные монеты не только как на средство платежа, но и с семиотической точки зрения. Приведен анализ аверса и реверса монет с точки зрения «внешних» знаков, которые отражают культурный и национальный код страны. Выявление «традиций» в чеканке российских монет и общей черты в чеканке иностранных монет.

Ключевые слова: деньги, банкнота, семиотика, знаки, монеты.

Annotation. The article presents a view of Russian and foreign coins not only as a means of payment, but also from a semiotic point of view. The analysis of the obverse and reverse of coins from the point of view of "external" signs, which reflect the cultural and national code of the country, is given. Identification of "traditions" in the minting of Russian coins and a common feature in the minting of foreign coins.

Key words: money, banknote, semiotics, signs, coins.

Деньги – особое экономическое явление, сопровождающее человечество с момента появления обмена товарами и торговли. На протяжении истории экономического обмена деньги претерпели множество изменений: в самом начале для обмена использовались звериные шкуры и мех, какао-бобы (Мексика), раковины (Африка, Индия, Китай, острова Тихого океана), ювелирные украшения и другие вещи, представляющие ценность. Существует специальная наука семиотика, изучающая знаки, знаковые системы и то, какую информацию хранят в себе знаки и символы. Денежный знак – это знак стоимости, стоимость физического носителя которых существенно ниже обозначенной на нём номинальной стоимости [1].

Согласно «Нумизматическому словарю» В. Зварича, основными разновидностями денежных знаков являются: неполноценные монеты, в частности, разменные монеты; бумажные деньги (бумажные знаки стоимости): бумажные деньги как таковые, как денежные знаки, выпускаемые государством и обычно неразменные на золото или серебро, банкноты, банковские билеты как основная разновидность кредитных денег, как специфические векселя, которые выпускаются эмиссионными банками [1].

Актуальность темы заключается в том, что монеты как знаковые системы не получили должного освещения в современной науке.

Цель данного исследования: изучить монеты с семиотической точки зрения.

Материалом для исследования послужили монеты различных эпох и стран из личной коллекции автора. В данной работе мы сосредоточим внимание именно на внешних знаках, покрывающих монеты.

Первые монеты (металлические деньги) стали отливаться около двух тысячелетий до нашей эры в Китае. Историками доподлинно известно, что чеканка монет начала производиться в 685 году до н.э. в Лидии, одном из государств Малой Азии [2]. Монеты оказались наиболее удобным видом денег по причине наибольшей стоимости при небольшом размере, именно это обстоятельство повлияло на их долгое хождение: монетами мы пользуемся до сих пор, несмотря на появление безналичных расчетов и виртуальных денег. Примечателен и сам факт того, что монета, будучи денежным знаком, является носителем других знаков, отчеканенных на ней. Чтобы подробнее разобраться в отличительных знаках на монетах в работе будет рассмотрен ряд образцов российских и иностранных монет разных годов чеканки. Для более точного анализа монет по хронологическому признаку возьмем несколько российских монет, самая ранняя из которых выпущена в 1899 году.

3 копейки 1899 года СПб чеканились при Императоре Николае II. Всего в оборот было выпущено более 10 млн монет и многие из них дошли до нашего времени [3].



Рисунок 1 – 3 копейки 1899 года

На аверсе в середине изображен Государственный Герб Российской империи, вверху изображена надпись: «МЕДНАЯ РОССИЙСКАЯ МОНЕТА», внизу обозначение номинала монеты «ТРИ КОПЕЙКИ». На реверсе же вверху монеты обозначен год выпуска «1899 ГОДА» ниже слева лавровая ветвь, справа дубовая, внизу ветви соединяются и перевязаны лентой, в середине в ободке из точек обрамленный слева и справа звездочками номинал монеты - цифра «3», ниже слово «КОПЕЕК», ниже обозначение монетного двора «СПБ».

3 копейки 1946 года в нумизматических коллекциях встречается в четырех вариантах со значительным разбросом цен, так как весь тираж 1946 года ушел в переплавку и сохранилось лишь небольшое количество экземпляров.



Рисунок 2 – 3 копейки 1946 года

На аверсе монеты изображен оригинальный штемпель с 16 витками ленты в гербе СССР, отличительной чертой является плоская звезда. Реверс: в центре обозначен номинал монеты: цифра «3», под ней – слово «КОПЕЙКИ», ниже изображен год чеканки «1946», так же по краям монеты мы можем увидеть два колоска. Реверс отличается от остальных трех вариантов данной монеты тем, что верхняя часть цифры «3» тоньше и хвостик цифры «6» в дате длинный.

Из-за роста цен в 1991 году дензнаков в обращении начинало просто не хватать, в связи с чем в целях экономии монеты решили максимально упростить, заменив герб изображениями зданий Кремля, а вместо названия страны появилась надпись: «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БАНК СССР». [4]



Рисунок 3 – 10 рублей 1991 года

На аверсе в середине изображение Спасской башни Московского Кремля и купола Сенатского дворца с развевающимся флагом, вверху изображена надпись: «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БАНК», внизу буквы «СССР». На реверсе в центре номинал монеты - цифра «10», ниже слово «РУБЛЕЙ», под ним знак монетного двора (ММД), внизу год выпуска «1991», слева колос, справа дубовая ветвь [4].

Современные пять рублей чеканятся с 1997 года Санкт-петербургским и Московским монетным двором.

На аверсе в центре рельефное изображение двуглавого орла, вверху над ним надпись: «БАНК РОССИИ», справа внизу, под лапой орла — товарный знак монетного двора-изготовителя, в нижней части, под орлом — буквенное обозначение номинала в одну строку: «ПЯТЬ РУБЛЕЙ», две горизонтальные линии, разделенные посередине точкой, под ними год чеканки. На реверсе

в центре изображено обозначение номинала монеты: цифра 5, под ней слово «РУБЛЕЙ», расположенное горизонтально, в правой части изображен стилизованный растительный орнамент в виде изогнутой ветви [5].



Рисунок 4 – 5 рублей 1997 года

Можно заметить, что с течением времени прослеживается определенная традиционность в чеканке российских монет. На аверсе – герб, сначала Российской империи, затем СССР, затем РФ. Ярким исключением является монета 1991 года, отражающая тяжелейший период в истории нашей страны. Также традиционным являлся дизайн реверса – номинал монеты в центре, окруженный растительным орнаментом. Отличительной чертой монет советского периода является обрамление в виде пшеничных колосьев как символа процветания и богатства. В дореволюционной чеканке использовались лавровая и дубовая ветви, значение которых - трудовая, военная, спортивная слава русского государства.

Теперь рассмотрим несколько монет из таких стран как Германия, Малайзия, Израиль, Болгария и Венгрии. Монета Германии или BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND 1969, переводя на русский язык: Федеративная Республика Германия 1969 год. Данные монеты начали издаваться после объединения германских держав в единую империю в 1871 году, когда встал вопрос об унификации денежных систем, нужна была новая валюта – пфенниг. Создание пфеннигов разделилось на 3 этапа, в каждом из которых монеты менялись практически постоянно, то есть не сохраняли свой вид надолго.



Рисунок 5 – 2 пфеннига 1969 года

На аверсе в центре изображена дубовая ветвь с пятью листьями, а также надписи: «BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND» и год чеканки «1969». На реверсе в центре изображено обозначение номинала в 2 PFENNIG, знак монетного двора и два колоса ржи по бокам.

Монета Малайзии в 10 сен. Первый выпуск разменных монет - сенов был произведён в 1967 году. Это были номиналы: 1, 5, 10, 20 и 50 сенов.



Рисунок 6 – 10 сен 2001 года

На аверсе в центре изображен национальный цветок Малайзии – китайский гибискус, ниже цветка номинал - цифра «10» и год чеканки «2001», вверху монеты мы можем увидеть название банка - BANK NEGARA MALAYSIA. На реверсе отличительной чертой монет Малайзии является изображение предмета культуры, в данном случае это доска для Songkak.

Израильская агора, использовалась с 1960 года. Изображение данной монеты является официальным символом банка Израиля. Данная монета существует и по сей день. Уникальность данной монеты в ее дизайне, при разработке которого за основу были приняты древние монеты времён антиримского восстания.



Рисунок 7 – 10 агор 1985 года

На аверсе в верхней части монеты расположен герб, в правой части – менора, слева по краю название государства на трех языках. На реверсе в середине изображен номинал - цифра «10» в рифленом квадрате, слева и справа наименование денежной единицы, а в нижней части год чеканки.

Болгарская стотинка 2000 год. Первые стотинки были отчеканены в 1881 году. В СССР до конца 1980-х годов нередко можно было встретить в обращении монеты Народной Республики Болгарии из-за схожести с советскими копейками того времени.



Рисунок 8 – 5 стотинки 2000 года

На аверсе в центре монеты изображен Мадарский всадник, поражающий льва, сверху расположена надпись: «БЪЛГАРИЯ». На реверсе по центру монеты изображен номинал - цифра «5» и под ним год чеканки «2000», сверху вдоль канта 12 звездочек.

Монета Венгерской Республики 1994 года. Официально форинт в качестве валюты Венгрии был введен в августе 1946 года, однако ввиду кризиса в 1993 году в обращение были выпущены монеты нового образца.



Рисунок 9 – 10 форинт 1994 года

На аверсе в центре изображен герб, ниже герба год чеканки, а сверху надпись «MAGYAR KOZTARSASAG», что в переводе означает «ВЕНГЕРСКАЯ РЕСПУБЛИКА». На реверсе по центру изображен номинал – цифра «10», ниже надпись «FORINT».

Рассмотренные монеты разных стран имеют общую черту – наличие узнаваемых национальных символов страны-эмитента, будь то герб, аутентичный культурный объект или иные подобные знаки, несущие в себе особый смысл для каждой страны.

Рассмотрев российские и иностранные монеты разных лет, мы можем сделать вывод о том, что все изображения, нанесенные на аверсе и реверсе монет, являются глубоко символическими для носителей культуры данной страны. Так же, как и на гербах в средневековой геральдике, каждый знак на монете несет в себе особый смысл, подчеркивающий национальные, художественные, религиозные и иные традиции. Но также не стоит забывать о том, что монета – это прежде всего средство платежа, в связи с этим мы можем выделить знаки, которые есть на всех монетах вне зависимости от страны. К

ним относят: номинал, дата чеканки, название страны и наличие уникальных признаков, чтобы можно было отличить настоящую монету от подделки.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зварич В.В. // Нумизматический словарь. 4-е издание / Львов, 1980 год. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.numizm.ru/html/d/denejn3y_znak.html (дата обращения: 18.03.2023)
2. Буторина О.В. О происхождении монет // научная статья 2021 год. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-proishozhdenii-monet> (дата обращения: 18.03.2023)
3. Буинский краеведческий музей // История одного экспоната: «Монета 3 копейки 1899 года». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.culture.ru/events/2792676/istoriya-odnogo-eksponata-moneta-3-kop-1899-g-spd> (дата обращения: 18.03.2023)
4. Монеты СССР и России // статья: 10 рублей 1991 года цена, варианты исполнения. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru-moneta.ru/catalog/bank-1991/10-rublej-1991-goda-tsena/> (дата обращения: 18.03.2023)
5. Банк России // Монета номиналом 5 рублей образца 1997 года. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/cash_circulation/coins/5rub/ (дата обращения: 18.03.2023)

УДК 93/94

Европа: имперский проект Наполеона Бонапарта

С.В. Понкратов, студент магистратуры

*Научный руководитель: Р.Р. Магомедов, д.и.н., профессор
Оренбургский государственный педагогический университет, Россия*

Аннотация. Автором на основе использования опубликованных источников и литературы предпринята попытка раскрыть содержания проекта объединенной Европы под эгидой Французской империи Наполеона Бонапарта. В публикации подчеркивается, что его идея политической и экономической интеграции с учетом приоритета национальных интересов Франции и ее буржуазии. Однако имперский проект Наполеона Бонапарта не нашла поддержку у других крупных акторов европейской политики – России, Англии, Австрии. Эти государства-лидеры придерживались идеи «европейского равновесия», создания коллективной системы европейской безопасности.

Ключевые слова: Наполеон Бонапарт, Франция, объединенная Европа, Россия, Гражданский кодекс, Венский конгресс.

Annotation. The author, based on the use of published sources and literature, attempts to reveal the contents of the project of a united Europe under the auspices of the French Empire of Napoleon Bonaparte. The publication emphasizes that his idea of political and economic integration, taking into account the priority of the national interests of France and its bourgeoisie. However, the imperial project of Napoleon

Bonaparte did not find support from other major actors of European politics – Russia, England, Austria. These leading states adhered to the idea of "European equilibrium", the creation of a collective system of European security.

Keywords: Napoleon Bonaparte, France, United Europe, Russia, Civil Code, Congress of Vienna.

Современные проблемы европейской интеграции и развития Европейского Союза вызывают серьезную обеспокоенность, и его руководители находятся в поисках оптимальных путей совершенствования модели объединенной Европы. Сама идея экономически и политически интегрированной Европы не нова. Первые проекты объединения Европы были возникли еще в древности. Они разрабатывались и в последующие эпохи развития европейской цивилизации. Одним из авторов модели объединенной Европы являлся Наполеон Бонапарт, который предпринял практические шаги ее реализации. Изучение его идеи европейской интеграции и неудачи ее перевода в практическую плоскость реализации способствует осознанию трудностей, с которыми столкнулись нынешние создатели Европейского Союза. В связи с этим избранная тема актуальна для изучения.

Исследователи единогласно сходятся во мнении, что у Наполеона Бонапарта отсутствовал четкий, строго структурированный план объединения Европы. Нужно согласиться с Т. Ленцем, который отмечает противоречивость и неопределенность идеи Наполеона Бонапарта об объединенной Европы. Более того, исследователь подчеркивает, что у французского императора не было и концепции о новом устройстве Европы.

Это обстоятельство несколько осложняет задачу показать действия Наполеона Бонапарта по созданию единого государства на европейском континенте. Он, рассуждая вслух о своих имперских планах, говорил, что стремиться к «слиянию и концентрации» народов континента, которые, по его мнению, исторически оказались разделенными. В частности, Наполеон Бонапарт отмечал: «...в Европе насчитывается более тридцати миллионов французов, пятнадцать миллионов испанцев, пятнадцать миллионов итальянцев, тридцать миллионов немцев. Из каждого из этих народов я хотел бы образовать единую нацию...Тогда можно было бы подумать о том, чтобы создать для семьи народов организацию наподобие американского конгресса или судебной палаты греческих амфикионов» [1, с. 72]. Развивая эту мысль узник острова Святой Елены пытался детализировать свой план создания объединенной Европы: «Одной из главных моих идей было сплочение, собирание тех географически близких народов, которых разъединили революции и политика...; я хотел бы сделать из всех этих народов единое и неделимое тело нации. Что может быть красивее – возглавить такой кортеж, прославившись в веках и снискав благодарность потомков! Я ощущал себя достойным этой славы!... В Европе [нет] другого варианта прочного равновесия, кроме агломерации и конфедерации великих народов» [3, с. 686-

687]. Из этого высказывания Наполеона Бонапарта видно, что Франции отводилась главенствующую роль в единой Европе.

Это же мысль у него прозвучала еще раньше, в 1807 году в время выступления на заседании Законодательного корпуса. Тогда он говорил: «Франция связана с народами Германии законами Рейнского союза, а с народами Испании, Голландии, Швейцарии и Италии – законами нашей федеративной системы». Эта мысль была закреплена в преамбуле к Дополнительному акту от 22 апреля 1815 года. В ней указывалось, что он привержен идее создания «большой европейской федеративной системы, соответствующей духу времени и благоприятствующей прогрессу цивилизации» [4].

При этом идея объединенной Европы базировалась на мысли о первенстве национальных экономических интересов Франции и французской буржуазии. Именно этот тезис явился главным у Наполеона Бонапарта в процессе выработки и внутренней и внешней политики. По этому поводу основоположник марксизма К. Маркс указывал, что «... Наполеон понимал уже истинную сущность современного государства; он уже понимал, что государство это имеет своей основой беспрепятственное развитие буржуазного общества, свободное движение частных интересов и т.д. Он решился признать эту основу и взять ее под свою защиту» [5, с. 152].

Будущую европейскую систему Наполеон представлял в виде трех концентрических сфер: Французская империя, королевства-наполеониды и основной союзник. При этом, каждой из этих концентрических схем, представленные европейскими государствами, было определено конкретное место в иерархической европейской системе французского императора. Главным критерием для этого являлся приоритет Франции, ее национальные интересы. По мнению Т. Ленца, модель объединенной Европы Наполеона Бонапарта была подчинена одной цели – завоевания Францией экономического господства на континенте. Основным условием существования новой системы он считал военное превосходство Франции в Европе.

Заметим, что Франция в форме империи в тогдашних границах являлась внушительным государственным образованием. Ее территория составляла 1/3 часть Европы. В составе Франции находились не только собственно французские земли, но также Бельгии и Голландии. В империи проживало около 40 млн. подданных. По законам Франции их жители считались французами и пребывали в правовом пространстве империи.

Кроме собственно империи Наполеона Бонапарта в первую концентрическую сферу по замыслу автора проекта Европы входили Швейцария, Итальянское королевство, Рейнский союз в составе немецких государственных образований – Бавария, Саксония, Вюртемберг, Баден и др. Французский император являлся их непосредственным правителем. Е. Тарле Наполеона Бонапарта называет королем Итальянского королевства, «медиатором» Швейцарии и протектором Рейнского союза [7, с. 221].

Вторая концентрическая сфера европейской империи была представлена королевствами-наполеонидами. Это были государства, правителями которых являлись родственники Наполеона Бонапарта. В исторической литературе их еще называют братскими королевствами. Это монархические государственные образования, созданные волей французского императора, на престоле которых водворились многочисленные его родственники. Отметим, что эти государства не являлись суверенными, т.е. не обладали правом самостоятельно определить и проводить внутреннюю и внешнюю политику. Французским император позволял себе по своему усмотрению назначать и смещать их правителей. Более того, он их заставлял слепо копировать и насаждать французскую систему государственного управления и законодательство. При этом не учитывалась национальная специфика того или иного государственного образования, история и ментальные ценности этносов, проживающих на их территориях. Наполеон Бонапарт, обращаясь к своим ставленникам, восклицал: «Сделайте же своим девизом: Франция превыше всего» [6, с. 249]. Мы видим, что европейская система французского императора базировалась на идее первенства Франции, приоритете ее национально-государственных интересов. По мнению исследователя Т. Ленца эта идея овладела сознанием чиновников, управленцев государств-сателлитов [4].

Выше мы отметили, что третьей концентрической сферой будущей европейской системы Наполеона Бонапарта составляет основной союзник. В выборе последнего Наполеон постоянно сомневался. Он предпочтение отдавал то России, то Австрии. Французский император понимал, чтобы быть властелином Европы ему нужен надежный союзник. Исследователи отмечают, что в зависимости от внешнеполитической конъюнктуры взгляды Наполеона Бонапарта в выборе союзника часто менялись. Правда, он никогда не видел союзника в лице Испании, Пруссии или других германских государств. Были времена, когда он ориентировался на Польшу. Иногда видел в Османской империи надежного союзника. Однако он предпочтение давал созданию союза Франции с Российской империей и Австрией. Именно в сближении с этими европейскими государствами Наполеон видел залог геополитического укрепления своей страны на европейском континенте. Отметим, что внешнеполитическая ориентация Франции на Россию французский император основывал на Тильзитском мире. Вспомним основные положения этого международного документа и его направленность против Англии, которая в это время являлась ключевым игроком в мировой политике. Однако вслед за Тильзитом последовала война Франции с Россией. Поражение французской армии в сражениях с русскими войсками окончательно положили конец идеи Наполеона Бонапарта создать общеевропейское государства под главенством французской империи. И, наконец, французский император в целях осуществления своих имперских амбиций делал ставку и на Австрию. Дело в том, что Наполеон Бонапарт вступил в официальный брак с представительницей правящей австрийской династии дочерью императора

Марией-Луизой. Однако и этот план по созданию третьей концентрической сферы будущей европейской системы оказался нереализуемым. Известно, что Австрия активно участвовала в антинаполеоновских европейских коалициях.

Для полного раскрытия содержания проблематики, заявленной в названии настоящего параграфа, нам необходимо также показать значение Гражданского кодекса, который являлся детищем французского императора Наполеона Бонапарта, в его европейском имперском плане. Этот документ сыграл важную роль в интеграционных процессах Западного мира, имевших место в рассматриваемый период. В этой связи по своему значению он выходит за чисто французские рамки и стал документом международного масштаба. Гражданский кодекс Наполеона Бонапарта создал основу для совершенствования буржуазного права, закрепив в нем такие базовые ценности капиталистического мира – неприкосновенность частной собственности, равенство участников гражданских правоотношений, свобода заключения гражданско-правовых договоров и новый взгляд на семью и семейные отношения [8].

Отметим, что положениями Гражданского кодекса стоилась внутренняя жизнь почти всего европейского континента. В начале века этот документ стал основополагающим для Люксембурга, Бельгии, Пьемонта, Швейцарии. Вслед за этими государствами у себя ввели гражданский кодекс Наполеона в Лукке, Баварии, Вестфалии, Бадене и Нидерландах. Кроме того, этот документ действовал во многих итальянских государствах – в Неаполитанском королевстве, Сардинии, Парме и т.д. Примечательно, что в Царстве Польском, которое являлось провинцией Российской империи, в соответствии с Гражданским кодексом строилась внутренняя жизнь поляков [2, с. 352].

В итальянских государствах помимо Гражданского кодекса действовали и другие французские законы. В частности, Коммерческий кодекс. Безусловно, для политически разобщенной и феодальнораздробленной Италии законотворческая работа французов имели положительное значение. Гражданский кодекс стимулировал уничтожению феодальных отношений, утверждению нового буржуазного экономического уклада, созданию единого национального рынка нового типа. Кроме того, французское законодательство на итальянской почве поощрял евроинтеграцию, в первую очередь экономического характера. В этом плане, безусловно, буржуазное законодательство способствовало созданию единого правового пространства на европейском континенте, отвечающего идее европейской империи Наполеона Бонапарта.

В отличие от итальянских государств Наполеону Бонапарту не удалось заставить Испанию стать частью политико-правового пространства, созданного Гражданским кодексом и другими законами Франции на завоеванных территориях. Известно, что Испания оказала ожесточенное сопротивление наполеоновской армии. Французский император так и не смог до конца покорить испанский народ. Поэтому Наполеон никогда не рассматривал

Испанию как третью концентрическую сферу своего проекта европейского устройства. Благодаря начавшейся национально-освободительной борьбе испанского народа это государство не стало составляющей европейской имперской идеи французского императора. Правда, Наполеон Бонапарт предпринял попытку сломать базисную и настроечную основу феодальной Испании. На захваченных территориях делались попытки насаждения буржуазных порядков, навязывая прогрессивные для того времени французские декреты. В частности, в Испании были отменены феодальные права, личные привилегии и права. В этой стране была отменена средневековая инквизиция. По воле захватчиков была инициирована масштабная секуляризация монастырских земель. Католические организации оказались под жестким контролем государства. Более того, наполеоновские буржуазные реформы стимулировали созданию и развитию внутреннего национального рынка. Однако эти действия оккупантов не имели результатов. В испанском обществе сформировался устойчивый образ Наполеона-захватчика, чужеземца, пришедшего в их страну без приглашения.

Аналогичным было отношение и других покоренных народов Европы. В частности, вначале итальянский народ приветствовал приход французского императора на полуостров. Именно с его именем итальянцы связывали возможность решения общенациональных приоритетных задач – преодоление политической разобщенности и феодальной раздробленности и создание единого национального государства на Аппенинском полуострове. Однако очень скоро Наполеон показал себя не как освободитель, а как завоеватель Италии. Оккупанты вывозили из этой страны произведения искусства, драгоценные лес и т.д. В общественном сознании сформировался имидж Наполеона-агрессора.

Намечается устойчивая тенденция во взглядах Наполеона Бонапарта на европейское мироустройство. Девиз «Принести свободу миру» был заменен планом европейской империи, строго иерархизированной государственно-политической системы во главе с Францией и в противовес Великобритании.

Наполеоновская европейская система выступала вразрез геополитическим интересам других ключевых игроков мировой политики. Прежде всего, такой вариант объединенной Европы не устраивал Российскую империю, Англию и Австрию. Наполеоновской системе противостояла альтернативная идея «европейского равновесия», которая по убеждению руководителей этих государств, должна была создать прочные гарантии безопасности на континенте.

Венский конгресс (1814 – 1815 гг.) стал определяющим звеном международной политики Западной Европы на протяжении почти 40 лет (1815 – 1854 гг.). Сформировалась новая Венская система международных отношений и был образован Священный союз европейских государств, имевший целью обеспечение легитимности европейских монархий.

Заключительный акт Венского конгресса положил конец наполеоновской системе.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Европейская дипломатия и международные процессы эпохи наполеоновских войн.* / Под ред. А.В. Торкунова, М.М. Наринского. М., 2012. 256 с.
2. Захватаев В. Н. *Кодекс Наполеона.* М.: Инфотропик Медиа, 2012. 624 с.
3. Лас Каз Э. *Мемориал Святой Елены, или воспоминания об императоре.* в 2 кн. К. 2. М.: Захаров, 2014. 782 с.
4. Ленц Т. *Европейский проект Наполеона.* Режим доступа: <https://studylib.ru/doc/2058564/t.-lenc--evropejskij-proekt-napoleona> (дата обращения 24.03.2023)
5. Маркс К., Энгельс Ф. *Святое семейство, или Критика критической критики. Против Бруно Бауэра и компании* // *Собрание сочинений*, изд. 2, Т. 2. М., 1955. С. 152.
6. *Письма Наполеона I Евгению-Наполеону, вице-королю Италии о торговой политике Империи* // *Новая история в документах и материалах.* М., 1934. С. 249.
7. Тарле, Е.В. *Наполеон* / Е.В. Тарле. – М.: Государственное социально-экономической изд-во, 1939. – 352 с.
8. *Французский гражданский кодекс 1804 года* / Пер. И. С. Перетерского. М.: Изд-во: Юрид. НКЮ СССР, 1941. – 471 с.

УДК 336

Цифровая финансовая грамотность и способы её повышения

Т.Е. Сыроваткина, студент
Научный руководитель: Л.В. Портнова, к. э. н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье дано определение «финансовой грамотности». Рассмотрены разные подходы авторов к этому определению. Обозначены способы повышения цифрой финансовой грамотности населения, а также учтены возрастные особенности населения, влияющие на организацию мероприятий по повышению уровня грамотности.

Ключевые слова: финансовая грамотность, цифровая финансовая грамотность, экономика, услуги в сфере финансов.

Annotation. The article defines "financial literacy". Different approaches of the authors to this definition are considered. The ways of increasing the financial literacy of the population are indicated, and the age characteristics of the population that affect the organization of measures to increase the level of literacy are also taken into account.

Keywords: financial literacy, digital financial literacy, economics, financial services.

В современное время цифровые технологии стремительно развиваются и меняют не только жизни людей, но рынки платежей, кредитование, которые являются факторами финансовых услуг для потребителей. Процесс получения финансовых услуг становится более автоматизирован, появляются новые системы платежей. Так, можно осуществлять перевод денег посредством онлайн-банков, приложений, можно оплачивать товары на интернет-сайтах через систему быстрых платежей (СБП). Однако возможное отсутствие финансовой грамотности создаёт риск, при котором из-за незнания население может потерять финансовые средства.

Для того чтобы понять, что такое цифровая финансовая грамотность и каковы способы её повышения, стоит ознакомиться с понятием «финансовая грамотность». Рассмотрим разные подходы авторов к этому определению [1]:

Таблица 1

Подходы авторов к определению финансовой грамотности

Автор	Формулировка определения
Р.О. Восканян	Финансовая грамотность - способность человека сознательно выбирать и использовать финансовые инструменты для генерирования доходов, обеспечения стабильность в финансовом плане.
Н.Н. Клокова	Под финансовой грамотностью предполагается совокупность таких компонентов как финансовые знания, навыки и компетенции, посредством которых у человека формируются поведенческие установки в сфере финансов.
И.Б. Константинов	Финансовая грамотность - комбинация знаний, навыков и установок, позволяющих принимать решения в финансовой сфере и достигать личного благополучия

Получается, что финансовая грамотность - это набор знаний, которые помогают человеку в сохранении своего финансового положения, а слово «цифровая» обозначает, что грамотность связана с технологиями, современными приложениями. Финансово грамотным человеком является тот, чьи доходы постоянно превышают расходы, а сбережения направлены в работу, в инвестиции. Грамотный человек ознакомлен с цифровыми технологиями, он имеет привычку мониторинга событий, которые могут влиять на его финансовое состояние.

Есть два уровня финансовой грамотности: высокий и низкий. Первый уровень показывает, что большая часть населения уже овладела дополнительными знаниями, которые помогают распределить финансы рационально. Низкий уровень означает, что у населения нет знаний, они не готовы нести ответственность за финансовые решения [1].

Цифровой характер услуг в сфере финансов может привести к тому, что люди с низким уровнем цифровой финансовой грамотности столкнутся с

мошенничеством и «случайными» расходами. Особенно этому риску подвергаются пожилые и дети. Для того чтобы избежать всех неприятных ситуаций, человек должен быть ознакомлен с приложениями, сферой финансов.

Правительство Российской Федерации прекрасно понимает, что уровень цифровой финансовой грамотности сказывается на состоянии экономики страны, поэтому и занимается вопросом о его повышении.

Так, Центробанком Российской Федерации совместно с Министерством финансов РФ была утверждена стратегия о повышении финансовой грамотности, в ходе которой должна осуществиться подготовка материалов и организация проведения экспертизы цифровых образовательных ресурсов в области финансовой грамотности в цифровую образовательную платформу «Моя школа» в рамках федерального проекта «Цифровая образовательная среда» национального проекта «Образование». В школах с 2022-ого года программа направлена на получение практических знаний, поэтому с первого класса будет введен предмет «Финансовая грамотность».

Для того, чтобы повысить уровень цифровой финансовой грамотности нужно, во-первых, определить современные требования финансовой компетентности, которые возникают в результате усовершенствования, цифровизации финансовых услуг.

Например, сейчас микрокредитование может осуществляться с помощью приложений в телефоне. Об особенностях такого кредитования знают немногие, нужны специалисты, способные это объяснить. Кроме того, учителя, которые ведут предмет «Финансовая грамотность», тоже должны хорошо знать материал, быть компетентными в этой сфере.

Так, при поддержке Банка России людям, которые занимаются преподавательской деятельностью, доступно обучение в учреждении дополнительного образования «Академия повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования», где возможно получить знания, необходимые для ведения предмета.

Во-вторых, для повышения цифровой финансовой грамотности нужно анализировать и оценивать надежность приложений банков. Также нужно упростить доступ к приложениям для старшего поколения, либо проводить мероприятия, на которых потребителям будут рассказывать о возможных рисках в сфере цифровых финансовых услуг. Для организации проведения таких мероприятий можно задействовать волонтеров.

Как известно, цифровая финансовая грамотность состоит из двух составляющих [2]:

- 1) Базовые финансовые знания
- 2) Знания о цифровых финансовых продуктах.

Для того чтобы уровень грамотности взрослого населения был высокими, необходимо обучить людей следующим обязательным темам:

- 1) Социальное и пенсионное обеспечение людей
- 2) Анализ собственных финансов, их правильное управление

- 3) Финансовые отношения между потребителем и микрофинансовыми организациями
- 4) Защита прав потребителей финансовых услуг
- 5) Страхование.

Перечисленные выше темы являются базовыми, поэтому при обучении населения цифровой финансовой грамотности нужно обязательно обратить на них внимание.

При проведении мероприятий для повышения уровня цифровой финансовой грамотности следует обращать внимание, что старшее население имеет уже жизненный опыт, профессиональный опыт, у них сформировано мировоззрение, есть привычные способы для запоминания информации: кому-то легче фиксировать информацию на бумажном носителе, кто-то воспринимает всё на слух. Взрослого человека намного легче обучать, так как он знает, зачем пришел на обучение. Перед ним стоит конкретная цель: повысить свои знания в сфере цифровой финансовой грамотности. Кроме того, каждый взрослый человек ограничен во времени, у большинства есть дети, за которыми нужен уход. Все эти особенности нужно несомненно учитывать при организации обучения по повышению уровня грамотности.

В процессе обучения цифровой финансовой грамотности стоит чередовать теорию и практику. Именно при практической части обучения получается обнаружить темы, не усвоенные человеком. Также обязательно нужно при обучении использовать различные аудио- и видео- технологии, которые помогут наглядно представить ситуацию. Именно такие технологии помогут развить знания о цифровых финансовых продуктах. Нагляднее будет показать видео, в котором будет объяснен принцип определённого финансового приложения. Подобные мероприятия помогут повысить уровень цифровой финансовой грамотности.

В современном мире дети слишком рано встречаются с таким понятием, как «деньги», порой не зная, как грамотно ими воспользоваться. Сейчас у каждого школьника есть доступ к Интернету, онлайн-магазинам, возможно, даже и онлайн-банкам. Поэтому не стоит забывать и об обучении детей, которые лучше усваивают знания в процессе игры.

Так, на онлайн-сайте Благотворительного фонда «Вклад в Будущее» существует раздел с мини-играми, посвященных финансовой грамотности [3]. Эти образовательные игры разработаны по категориям: дети от 5 до 18 лет, родители, педагоги. Перед началом игры стоит посмотреть ролик, в котором есть некоторые объяснения игры. Допустим, игра «Личный финансовый план» нацелена на аудиторию 14-17 лет, она знакомит участников с темой личного финансирования, учит обращать внимание на разные риски. По прохождению игры детям будет понятны такие темы, как личный финансовый план, страхования, инструменты фондового рынка, а именно акции, облигации. Каждая игра на сайте Благотворительного фонда развивает определенные навыки. Также настольная игра «Монополия» тоже поможет детям повысить

уровень грамотности. Как известно, игроки совершают различные сделки по купле-продаже в процессе игры, так ребята учатся планировать действия, разрабатывать стратегию победы.

Важно понимать, что процесс повышения цифровой финансовой грамотности – долговременный и постепенный процесс.

Отметим, что для анализа уровня цифровой финансовой грамотности в стране существуют аналитические центры, такие как НАФИ, которые постоянно проводят исследования с помощью Всероссийского опроса населения [4]. Индекс цифровой финансовой грамотности измеряется в баллах, и в 2022 году для России он составил 5,63 балла из 10 возможных. Около 70% населения хорошо понимают принцип персональных данных в интернете, а 49% осведомлены о необходимости подписания цифрового финансового договора для того, чтобы он считался действительным. Также отмечено, что меньше всего жители Российской Федерации понимают криптовалюту. Если говорить о финансовом поведении людей, то 75% опрошенных говорят, что не разглашают близким свои пароли и ПИН-коды, а 79% не делятся в интернете личной информацией о финансах [4].

Таким образом, повышение цифровой финансовой грамотности – важный вопрос, которым необходимо заниматься, анализировать. От этого зависит и сбережения населения, их личная жизнь, уровень мошенничества, что влияет на экономику. При повышенном уровне грамотности повышается число использования финансовых услуг. Однако нужно продолжать работать над повышением этого показателя, поэтому выбранная мной проблема является актуальной [5]. Нужно менять и дорабатывать, усовершенствовать способы повышения цифровой финансовой грамотности. Особенно нужно уделить внимание проведению мероприятий, посвященных криптовалюте.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Восканян Р.О. Финансовая грамотность как условие формирования финансовой культуры // АНИ: экономика и управление. 2018. №1 (22). С. 86-89.
2. Ланина С. Ю. Методы обучения взрослого населения цифровой финансовой грамотности // Ученые записки университета Лесгафта. 2022. №5 (207).
3. Гимранова Г.Х. Цифровая финансовая грамотность в эпоху цифровой трансформации экономики // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2021. № 1 (157). С. 98-102.
4. Официальный сайт Национального агентства финансовых исследований (НАФИ). Режим доступа: <https://nafii.ru/analytics/finansovaya-gramotnost-rossiyan-rastet-poslednie-4-goda-na-fone-sotsialno-ekonomicheskikh-vyzovov/> (дата обращения 01.03.2023).
5. Золотова Л.В., Портнова Л.В. Особенности финансовой грамотности населения Оренбургской области при формировании депозитов в условиях цифровизации. В сборнике: Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. сборник XV Международной научно-практической конференции. Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. Волгоград, 2020. С. 78-82.

Секция 2

Потребительский рынок: состояние, тенденции и перспективы развития

УДК 336

Статистический анализ рынка гречневой крупы в России

Д.Д. Игнатьева, студент

*Научный руководитель: А.П. Цыпин, к.э.н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия*

Аннотация. В данной работе рассматриваются производство, урожайность, потребление гречки по всей территории нашей страны. Также гречка рассмотрится как экономический показатель. Цель работы: провести анализ различных социально-экономических показателей гречневой крупы, на основе этих показателей определить возможные направления развития и определение эффективности.

Ключевые слова: гречневая крупа, гречка, эффективность производства, уровень потребления, баланс, агропромышленный комплекс, сельскохозяйственный рынок.

Abstract. This work examines the production, yield, consumption and balance of buckwheat throughout our country. The purpose of the work: to analyze various socio-economic indicators of buckwheat, on the basis of these indicators to determine possible directions of development and determine the effectiveness.

Keywords: buckwheat, buckwheat, production efficiency, consumption level, balance, agro-industrial complex, agricultural market.

Гречневая крупа в понимании россиян уже перестала быть только продуктом питания. Она стала неким символом национальной идентичности, даже «лакмусовой бумажкой» состояния экономики. Если обратиться к истории, то гречиха была привезена на Русь ориентировочно в X веке из Греции. Так почему она стала так популяризироваться в пределах нашей родины? Причин на самом деле всего две: простота выращивания за счёт благоприятных условий и относительная дешевизна такого полезного продукта [1].

С первого взгляда кажется, что получить богатый урожай гречихи довольно проблематично, но относительно других культур, выращиваемых на территории России это, не представляет каких-либо сверхсложных усилий [2]. Вполне хватит всего лишь соблюдать технологию выращивания в выбранном и

подготовленном месте, а также способах и сроках посева, методах ухода [3]. Самое важное в данном деле – следовать рекомендациям более опытных аграриев. В таком случае можно будет гарантировать благополучную урожайность в любом регионе.

Опираясь на методологические подходы статистического анализа динамики экономических показателей, изложенной в учебнике Яковенко Л.И. [5], рассмотрим динамику посевных площадей и валового сбора гречихи приведенные на рисунке 1.

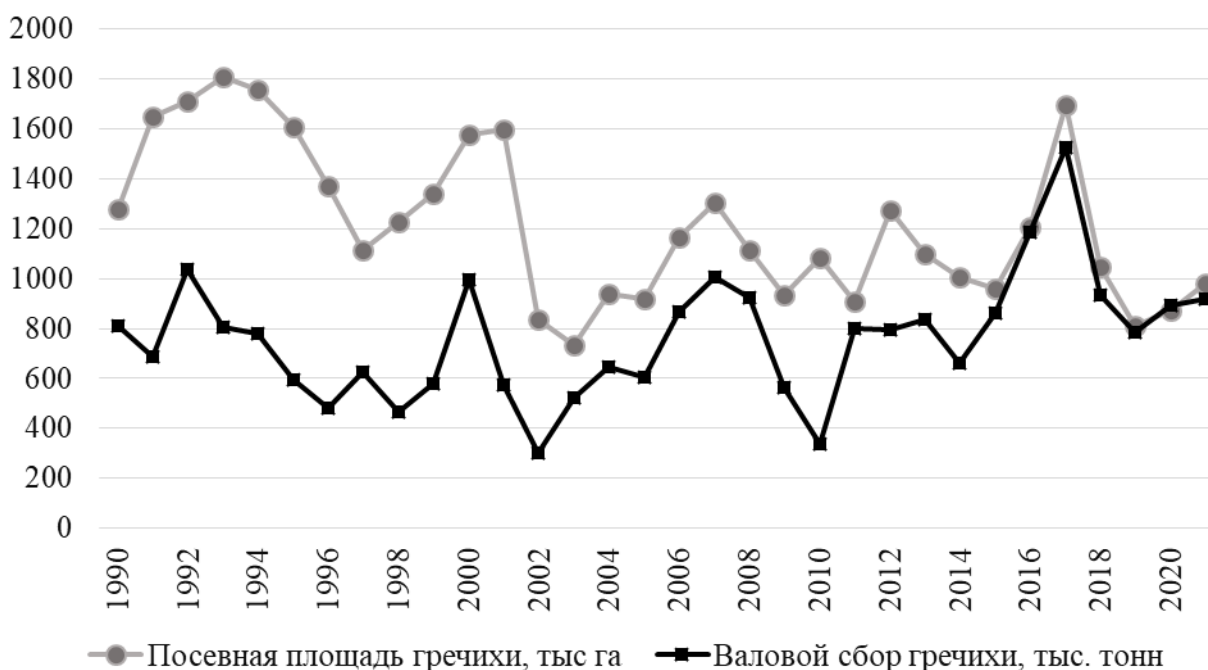


Рисунок 1 – Динамика посевных площадей и валового сбора гречихи в России. Источник: составлено на основе данных Росстата [4]

Согласно рисунку 1 можно заметить, что в 2017 году был всплеск посевов. Это было связано с тем, что в 2016 году наблюдалось снижение объёмов гречихи на 55,8%, гречневой крупы на 20,8%. Сокращение объёмов экспорта в 2016 было по причине роста цен на внутреннем рынке в тот период. Это было связано с тем, что в середине 2016 году запасы урожая 2015 года уже закончились, а продукция нового урожая 2016 ещё не поступила для реализации. Поэтому государство решило увеличить запасы гречки, увеличив посевные площади.

По данным Росстата посевные площади в 2022 году увеличились на 5,5% (1125,1 тыс. га) по сравнению с предыдущим годом и увеличился объём урожая на 1,1 млн тонн. По данным таблицы 1 можно сделать также вывод, что больше всего поставляют гречневую крупу (больше 65% от общей массы) Сибирский федеральный округ, Алтайский край и республика Хакасия, за счёт наименьших издержек для выращивания благодаря климату и аграрным условиям.

Таблица 1

Посевные площади по федеральным округам Российской Федерации за 2022 г.

Федеральные округа	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2020 г.	2021 г.
Российская Федерация	1576,3	916,9	1079,9	957,1	873,3	980,6
Центральный	491,5	215,1	278,1	155,9	118,0	136,8
Северо-Западный	0,0	0,4	0,0	2,2	3,9	3,0
Южный	136,1	80,1	51,7	12,7	6,3	6,0
Северо-Кавказский	н.с.	н.с.	6,2	3,1	1,6	1,7
Приволжский	605,7	262,5	358,8	227,0	154,0	156,6
Уральский	49,6	12,4	11,4	43,7	18,3	25,8
Сибирский	241,6	322,3	367,0	497,7	559,83	639,55
Дальневосточный	51,9	24,1	12,9	14,8	11,4	11,2

Источник: составлено на основе данных Росстата [4]

По данным Минсельхоза, к концу октября 2022 года по России собрали 1,2 млн тонн гречихи. Важно отметить, что данный результат стал больше на 39% больше объёмов к аналогичному моменту 2021 года. Также показатель урожайности гречневой крупы вырос на 14%.

За счёт большого перепроизводства планируется увеличить экспорт в такие страны как: Узбекистан, Азербайджан, Молдавия, Грузия и даже Китай, где гречка становится всё более востребована. Одна из причин популяризации гречки в Китае являются социальные сети и различные СМИ, где россияне во время самоизоляции закупаются данной крупой и рассказывали о её полезных свойствах.

По данным рисунка 2 можно увидеть, что экспорт гречневой крупы весьма нестабилен за счёт природных условий и экономических кризисов. Однако со времён 2020 года экспорт зерна начинает постепенно стабилизироваться за счёт эффективных правительственных мер. Можно предположить, что в ближайшем будущем экспортировать будем всё больше.

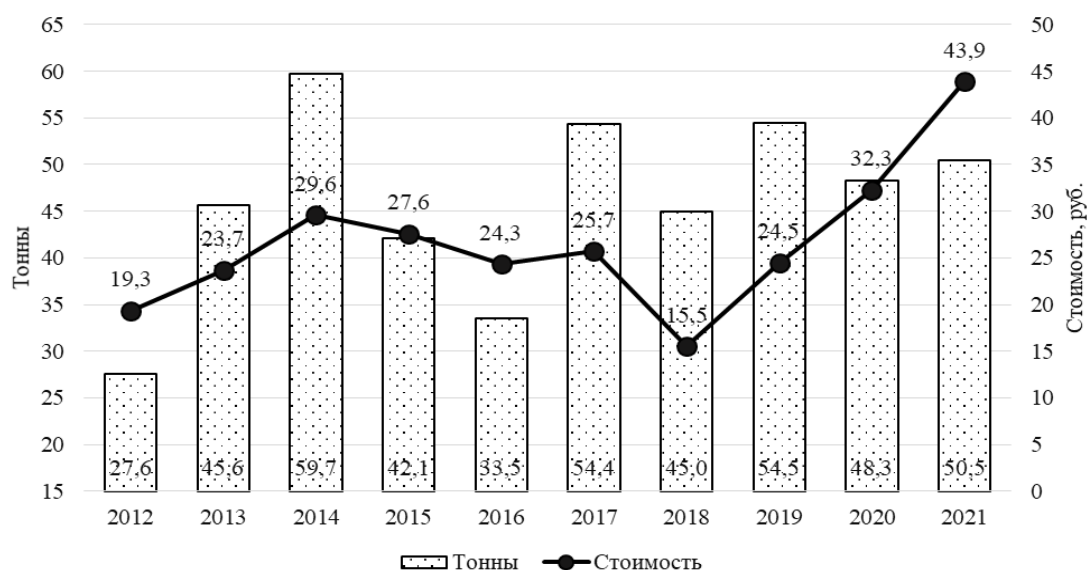


Рисунок 2 – Экспорт гречневой крупы из России 2012–2021 гг., руб.

Источник: Федеральная таможенная служба РФ

Необходимо отметить тот факт, что с поступлением последнего урожая гречневой крупы стали опускаться потребительские цены. Начиная с июня, гречка дешевеет на 2-4% в месяц. При этом, в сентябре 2022 года средняя цена в магазинах на крупу гречневую - ядрицу составила 127,8 рубля за килограмм, что выше показателя сентября 2021 года на 24%. В сравнении с декабрем 2022 года рост составил 5%. Основная причина – чрезвычайно высокий экспорт гречихи и гречневой крупы. В пересчете на гречиху за предыдущий сезон была вывезена почти четверть всего урожая 2020 г. Есть вероятность, что Правительство примет меры по ограничению вывоза гречки для стабилизации цен. Также по данным Минсельхоза в следующем году посевные площади не планируют увеличивать за счёт увеличения в этом году на 5,5%.

По гречке, а точнее, отношению россиян к этой крупе, можно определять состояние как социальной, так и экономической сферы в обществе. Возьмём самый яркий и относительно недавний пример начала пандемии: в марте 2020 года. Население сметало с полок практически все имеющиеся запасы гречневой крупы и также сахар. Люди, как в 1990-е в некоторых регионах, даже становились в гигантские очереди на рынках, чтобы побольше купить и запастись на будущее. Тогда властям приходилось изо всех сил успокаивать население, чтобы не произошло дефицита гречки. Где-то даже использовали правило не продавать больше двух килограммов в одни руки. Хотя такая мера остановила далеко не всех: люди подключали своих родственников и обходили все ближайшие магазины.

Таким образом, на основании всего вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что гречневая крупа – костяк стабильности российского социума. Рынок гречки постепенно уверенно развивается в современной России: показатели экспорта и производства растут, новые технологии продолжают внедряться, а население продолжает потреблять.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дзахмишева И.Ш., Хоконова М.Б. Функциональные свойства гречневой крупы // Вестник ВГУИТ. 2021. №3 (89). С. 86-91.
2. Жукова Н.В., Фетисова А.К. Преимущества роста объема производства зерна гречихи по регионам России // Пищевая промышленность. 2018. №11. С. 37-41.
3. Козлюк А.Ю., Овчаренко А.В., Фролов А.Г., Курепин М.О. Обеспечение качества процесса производства гречневой крупы // Ползуновский вестник. 2018. №4. С. 3-8.
4. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy (дата обращения: 25.03.2023).
5. Яковенко Л.И. Статистика / Л.И. Яковенко, А.В. Лосева. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 276 с.

Статистическое исследование сегментов российского рынка парфюмерии

*Т.С. Кадырова, В.А. Малахов, студенты
Научный руководитель: А.П. Цыпин, к.э.н., доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Россия*

Аннотация. В статье рассмотрено состояние парфюмерного рынка в России и мире за 2019-2022 год. На основе информации, привлеченной из различных открытых источников, были сформированы таблицы, инфографики и диаграммы, чтобы наглядно показать данные по теме. По результатам исследования можно оценить ситуацию на современном рынке России, спрогнозировать изменения на ближайшие 4 года и главное выяснить, где на данный момент выгоднее всего покупать женскую парфюмерию европейского производства люксового сегмента (ценовой разброс от 5000 руб. – 13 000 руб.).

Ключевые слова: парфюмерия, рынок, импорт, парфюм, духи, продукция, страна, аромат.

Abstract. The article considers the state of the perfume market in Russia and the world for 2019-2022. Tables, infographics and charts were formed on the basis of information attracted from various open sources to clearly show the data on the topic. According to the results of the study, you can assess the situation in the modern market of Russia, predict changes for the next 4 years and, most importantly, find out where at the moment it is most profitable to buy women's perfumes of the European luxury segment (price range from 5,000 rubles - 13,000 rubles).

Keywords: perfumery, market, import, perfume, perfume, products, country, fragrance.

Современная парфюмерия – это не просто товары на рынке, это целый его сегмент, который приносит компаниям-производителям значительную часть прибыли. Чтобы понимать влияние парфюма в мире, достаточно вспомнить тот факт, что многие модные дома нанимают парфюмеров и выпускают продукцию (одеколоны, туалетные воды, парфюмерные воды и духи) под своим брендом. Это ещё раз доказывает, что компаниям выгодно вкладываться и развиваться в этой нише рынка.

Чтобы понять, какой процент людей в Москве использует парфюм, нами было организовано и проведено специальное выборочное обследование потребителей, согласно методологии, изложенной в учебнике Яковенко Л.И. [9]. Число респондентов составило 151 чел. Место проведения: территория города Москвы. Дата проведения: 22.10.2022 г. Было задано 7 вопросов.

Полученная база данных была обработана, в частности подсчитаны удельные веса ответов.

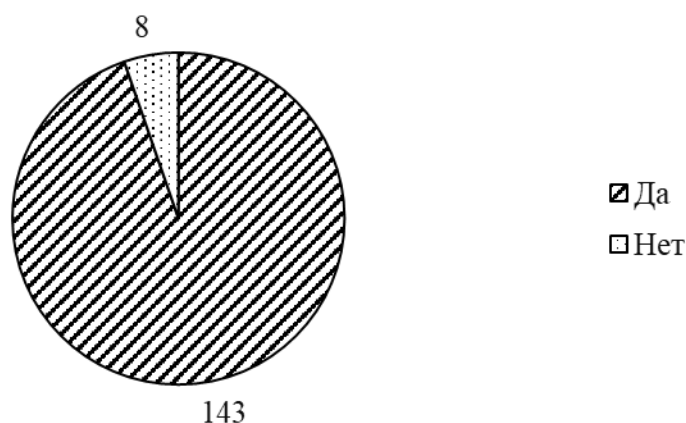


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос «Пользуетесь ли Вы парфюмом?», чел.

Около 95% людей, прошедших опрос, используют парфюмерию, что доказывает, что рынок пользуется спросом. Люди, не использующие парфюмерию, считаются исключением из правила.

Так как дальше мы рассмотрим продажу в популярных магазинах, то также собрали информацию от пользователей о том, где они обычно покупают продукцию.

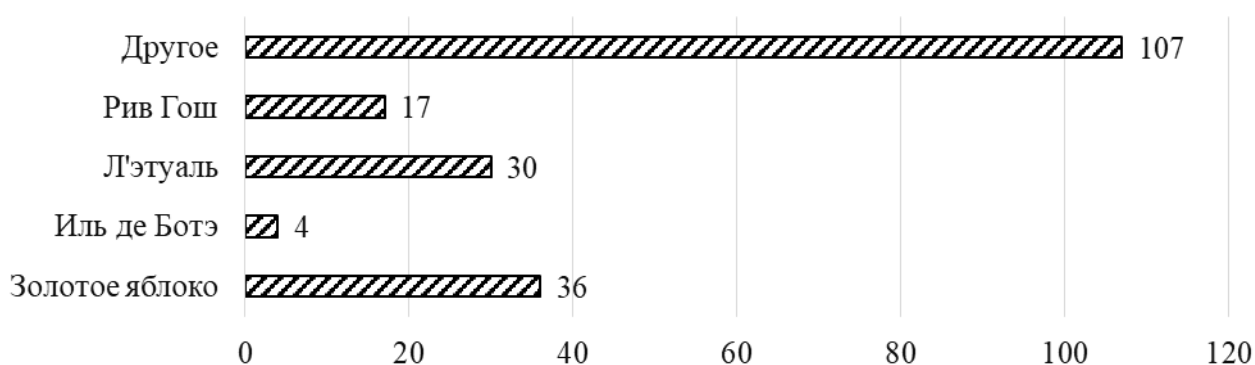


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос «В каких магазинах Вы обычно покупаете парфюмерию?», чел.

Согласно исследованию маркетингового агентства, Roif Expert «Рынок парфюмерии (с видами) в России, влияние санкций (с данными 2022): исследование и прогноз до 2026 года» [8], рынок парфюмерии в России за последний год показал рекордные темпы роста, а именно прирост в 16 млрд рублей. По сравнению с 2019 годом, когда прирост составил 10 миллиардов рублей, объём проданной продукции вырос на 60% (+ 20% в год). Если рассматривать ассортимент, то лидером закупок и продаж стабильно остаётся туалетная вода (концентрация ароматических веществ 5-15%). Ключевой тенденцией является сокращение импорта, основными причинами стали сложности с логистикой в период пандемии 2019-2021 года, политическая ситуация и экономические санкции образца 2022 года. Хотя до сих пор

основной вклад в рынок российской парфюмерии вносит именно продукция зарубежных производителей.

По данным Statimex [5] объём импорта духов и туалетной воды в Россию за 2020 год составил 350,55 млн долларов. Стоит отметить, что у импорта есть сезонность, и её пик приходится на ноябрь, когда в страну было ввезено 1,66 тыс. тонн парфюма стоимостью 50,21 млн долларов.

Основными странами-импортёрами являются страны Евросоюза, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Доля стран-импортёров парфюмерии в Россию в 2020 году

Показатели	Франция*	Италия*	Испания*
Доля по стоимости, %	50,41	12,12	9,28
Доля по массе, %	26,59	5,35	11,28

Источник: составлено авторами на основе данных Statimex [5]. Примечание: * указанные страны входят в «Список недружественных государств» согласно Распоряжения Правительства РФ от 5 марта 2022 г. № 430-р «Перечень иностранных государств и территорий, совершающих в отношении Российской Федерации, российских юридических лиц и физических лиц недружественные действия»

Как мы видим, основным импортёром является Франция. Это обусловлено тем, что большинство брендов-производителей и управляющие ими компании зарегистрированы во Франции, всемирно известные модные дома чаще всего родом из этой страны. А на современном рынке модные дома имеют своего парфюмера и, хотя бы один культовый аромат (Chanel - №5, Dior – Miss Dior). Поэтому целесообразно будет рассматривать именно этот сегмент рынка. По данным таможенной статистики внешней торговли РФ [1] импорт продукции из Германии был максимальным в декабре 2019 года и составил 146 тонн, что составляет 5278 тыс. долларов США. Из Франции - в сентябре 2019 года и составил 703 тонн, что составляет 27298 тыс. долларов США. Из США - в ноябре 2019 года и составил 82,7 тонн, что составляет 2293 тыс. долларов США. Из Польши - в январе 2019 года и составил 248 тонн, что составляет 2316 тыс. долларов США. Из Италии - в мае 2019 года и составил 66 тонн, что составляет 2992 тыс. долларов США. Из Испании - в январе 2019 года и составил 336 тонн, что составляет 8200 тыс. долларов США. (Данные по ЦФО)

Составим сводную таблицу и на её основе рассчитаем среднюю стоимость тонны в каждой стране (табл. 2).

Большая часть потребителей приходится на Москву (в которой и проводились онлайн и офлайн-опросы). За Москвой идут Санкт-Петербург, Московская область. Около 85 % от стоимости импорта приходится на столицу, остальные 15% - другие регионы (табл.3).

Перечисленные данные по результатам опроса мы сравниваем только в контексте Москвы, так как целевая аудитория – жители столицы.

Популярность брендов в Москве можно объяснить модой и огромным влиянием инфополя на людей. Так как в современном мире, как и в прошлом,

парфюм не только аромат, а способ дополнить образ, произвести впечатление и показать свой материальный достаток.

Таблица 2

Стоимость сырья в 2022 г., тыс. долл. США

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл. США	Вес, тонн	Тыс. долл. США за тонну
Германия	Декабрь	5 278	146	36,15
Франция	Сентябрь	27 298	703	38,83
США	Ноябрь	2 293	82,7	27,73
Польша	Январь	2 316	248	9,34
Италия	Май	2 992	66	45,33
Испания	Январь	8 200	336	24,4

Таблица 3

Региональная структура импорта по стоимости

Регион	Стоимость, млн. долл.	Масса, тонн	Доля по стоимости, %	Доля по массе, %
Москва	297,9	13,32 тыс.	84,98	83,62
Санкт-Петербург	20,23	508,5	5,77	3,19
МО	8,38	544,2	2,39	3,42

Источник: составлено авторами на основе данных Statimex [5]

Ниже будет представлена таблица 4 стоимости культовых ароматов именитых брендов сегмента люкс в четырёх магазинах: Золотое яблоко, Иль де Ботэ, Л'этуаль, Рив Гош. Для исследования использовались данные с официальных сайтов магазинов на 28 октября 2022 года. В таблице указаны розничные цены в рублях без учёта скидок.

Таблица 4

Стоимость популярных ароматов

Наименование товара	Золотое яблоко (руб./ 50 мл)	Иль Де Ботэ (руб./ 50 мл)	Л'этуаль (руб./ 50 мл)	Рив Гош (руб./ 50 мл)
Chanel – Chance Eau Tendre	7 510	8 990	6 700	7 510
Dior – Miss Dior blooming bouquet	8 150	8 420	8 150	8 150
Dolce&Gabbana - Rose	8 900	9 250	8 899	8 900
Giorgio Armani – Si passione	12 540	14 220	12 530	12 545
Gucci - Bloom	8 560	10 990	9 506	9 890
Givenchy - Ange ou demon le secret	10 640	10 970	10 599	10 650
Kenzo - World	6 750	6 700	5 138	6 440
Lancome – Idole	12 560	12 600	10 862	12 550
Paco Rabanne - Lady million	10 950	10 960	7 954	9 960
Valentino – Born in roma donna	11 770	12 540	11 686	12 545
Versace – Bright crystal	9 560	9 560	9 560	9 560
Yves Saint Laurent - Libre	12 540	12 490	9 945	12 545

Источник: информация с официальных сайтов магазинов на 22.10.2022

Посчитаем среднее арифметическое по стоимости в каждом магазине: Золотое Яблоко [3], ИЛЬ ДЕ БОТЭ [4], Л'этуаль [6], Рив Гош [7] (таблица 5).

Таблица 5

Среднее значение цен, руб.

Золотое яблоко	Иль де Ботэ	Л'этуаль	Рив Гош
10 036	10 641	9 175	10 104

Источник: рассчитано на основе данных парфюмерных магазинов

Мы видим, что в Л'этуаль самое низкое значение средней арифметической, что прослеживается и в таблице 5, где именно в этом магазине цены ниже, чем в других, но при этом он чаще других магазинов попадает в скандалы, связанные с просроченной продукцией, браком и подделкой парфюмерии, поэтому в этом случае цена обусловлена экономией на издержках. Также стоит отметить проблемы с логистикой, отсутствие централизованности.

На втором месте оказалось Золотое Яблоко. Магазин набирает популярность с геометрической прогрессией, и уже давно завоевал доверие покупателей. Стоит отметить хорошую логистику (налажена связь между магазинами и офисом) и программу лояльности. Офлайн-магазины очень удобны, сделаны с учётом минусов конкурентов.

Иль де Ботэ и Рив Гош оказались на 4 и 3 месте соответственно, поэтому в зону выборки не входят.

Исходя из данных, озвученных выше, можно сделать вывод, что выгоднее брать парфюм в Золотом яблоке, так как соответствие цены и качества у него самое лучшее.

Выше мы рассматривали зарубежные бренды, хотя в России тоже есть производство духов и парфюмерии. По данным маркетингового агентства MegaResearch [2] об анализе рынка косметики и парфюмерии на территории РФ за 2021 год было произведено около 2,5 млрд единиц косметической продукции, из которых 74957 – туалетные воды, 1970 – духи. Но на данный момент доля отечественных производителей на рынке составляет 30%.

Таким образом, изучив всю информацию, делаем вывод, что ниша парфюмерии на российском рынке довольно прибыльная и стабильная, но в ближайшее время будет наблюдаться импортозамещение. А пока есть возможность покупать продукцию иностранных компаний, лучше делать это в магазине «Золотое яблоко».

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Анализ данных [Электронный ресурс] / Федеральная таможенная служба РФ. – Режим доступа: <http://stat.customs.gov.ru/analysis> – (дата обращения: 15.02.2023).
2. Анализ рынка косметики и парфюмерии [Электронный ресурс] / MegaResearch. – Режим доступа: https://www.megaresearch.ru/news_in/analiz-rinka-kosmetiki – (дата обращения: 15.02.2023).

3. Золотое Яблоко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goldapple.ru> – (дата обращения: 15.02.2023).
4. ИЛЬ ДЕ БОТЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iledebeaute.ru> – (дата обращения: 15.02.2023).
5. Импорт духов и туалетной воды в Россию [Электронный ресурс] / Statimex. – Режим доступа: <https://statimex.ru/statistic/3303/import/def/world/RU/> – (дата обращения: 15.02.2023).
6. Л'этуаль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.letu.ru> – (дата обращения: 15.02.2023).
7. Рив Гош [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rivegauche.ru> – (дата обращения: 15.02.2023).
8. Рынок парфюмерии в России (с видами), влияние санкций (с данными 2022): исследование и прогноз до 2027 г. [Электронный ресурс] / Roif Expert. – Режим доступа: <https://roif-expert.ru/potrebitelskie-tovary/sredstva-po-uhodu/rynok-parfyumerii/rynok-parfyumerii-v-rossii-obzor-i-prognoz.html> – (дата обращения: 15.02.2023).
9. Яковенко, Л. И. Статистика / Л. И. Яковенко, А. В. Лосева. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 276 с.

УДК 339.13: 633.34

Рынок сои в Российской Федерации: состояние и тенденции развития

С. Б. Сагаева, студент

Научный руководитель: А.П. Цыпин, к.э.н., доцент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Россия

Аннотация. В статье рассматривается рынок сои в Российской Федерации, места выращивания данного продукта, в том числе площади выращивания сои, урожайность данной культуры, особенности сбора бобового, количество потребления продукта на душу населения, а также баланс сои в стране. Цель работы заключается в проведении анализа индикаторов, отражающих производство сои в динамике, структуре, пространственном разрезе и определение перспектив развития направления в среднесрочной перспективе.

Ключевые слова: соя, культурная соя, объемы производства, урожайность, продукты переработки сои, сбор, потребление.

Abstract. The article considers the soybean market in the Russian Federation, the place of cultivation of this product, including the area of soybean cultivation, the yield of this crop, the peculiarities of harvesting legumes, the amount of product consumption per capita, as well as the balance of soybeans in the country. The purpose of the work is to analyze indicators that reflect soybean production in dynamics, structure, spatial context and determine the prospects for the development of the direction in the medium term.

Keywords: soybeans, cultivated soybeans, production volumes, yield, soybean processing products, harvesting, consumption.

В Российской Федерации в настоящее время начинает активно развиваться производство сои, однако многие граждане про это не знают так, как про культуры гречневой крупы, пшеницы, риса и многих других.

Культура выращивания сои широко распространена в мировом производстве сельскохозяйственных культур. Такая популярность данного продукта вызвана рядом полезных свойств сорта бобового, а также активным ростом интереса населения планеты к правильному питанию, замене пищи животного происхождения на растительное [1]. В последнем вопросе соя является отличной заменой мясной продукции, так как обогащена растительным белком, который во многом помогает восполнить запасы данного элемента в организме человека, при этом не используя натуральное мясо. Многие считают, что использование продуктов переработки сои, в том числе и соевого мяса, является более гуманным способом приема пищи, так как в этом случае животные не страдают и их популяции не уменьшаются. Однако не стоит забывать, что население земли растет, а это говорит о том, что появляется необходимость дальнейшего увеличения производства растительного белка из-за его непосредственного использования в питании людей.

Именно по этой причине в последние годы заметны достаточно высокие темпы роста посевных площадей под культурной соей в тех регионах, которые могут подойти по климатическим условиям для созревания сортов сои. Однако урожайность культуры остается невысокой. В Европейской части страны такая тенденция наблюдается из-за недостатка влаги и тепла, но на Дальнем востоке ситуация в разы лучше, так как климат более подходящий.

CSORT провели исследования [2], по результатам которого вывели динамику цен на сою в Российской Федерации в 2022 году (рисунок 1). В данной диаграмме указана медианная цена по РФ.

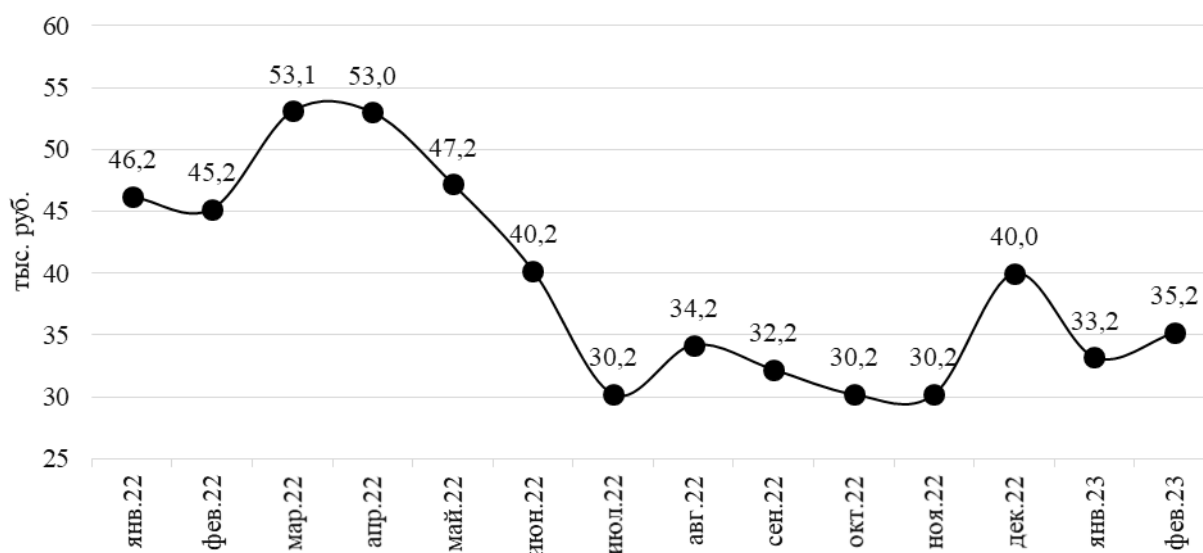


Рисунок 1 – Динамика медианной цены на сою, тыс. руб. (Источник: составлено по данным CSORT [2])

Цена на сою складывается из нескольких элементов: сезонного предложения на бобы; рыночной цены на шрот; количества предложений от производителей; сезонный спрос у потребителей.

На рисунке 1 заметен существенный спад на цену сои по России, что произошло из-за экономического кризиса в стране. Такой вывод можно сделать, посмотрев на даты спада, а именно в мае мировое сообщество начало накладывать экономические санкции на Российскую Федерацию. Такая ситуация нанесла заметный урон данному сектору рынка, так как граждане стали существенно экономить свои средства и приобретать только необходимые вещи и продукты.

Также стоит рассмотреть исследования Экспертно-Аналитического Центра Агробизнеса (рисунок 2).

На рисунке 2 указаны цены в июне 2020 и 2021 года. На ней видна существенная разница цен, важно то, что в 2021 году цены увеличились почти в два раза. Это говорит о возрастании спроса на продукты из сои в нашей стране. Однако показатели этого года, которые были представлены в диаграмме выше, показывают, что в 2022 году на рынок сказался экономический кризис.

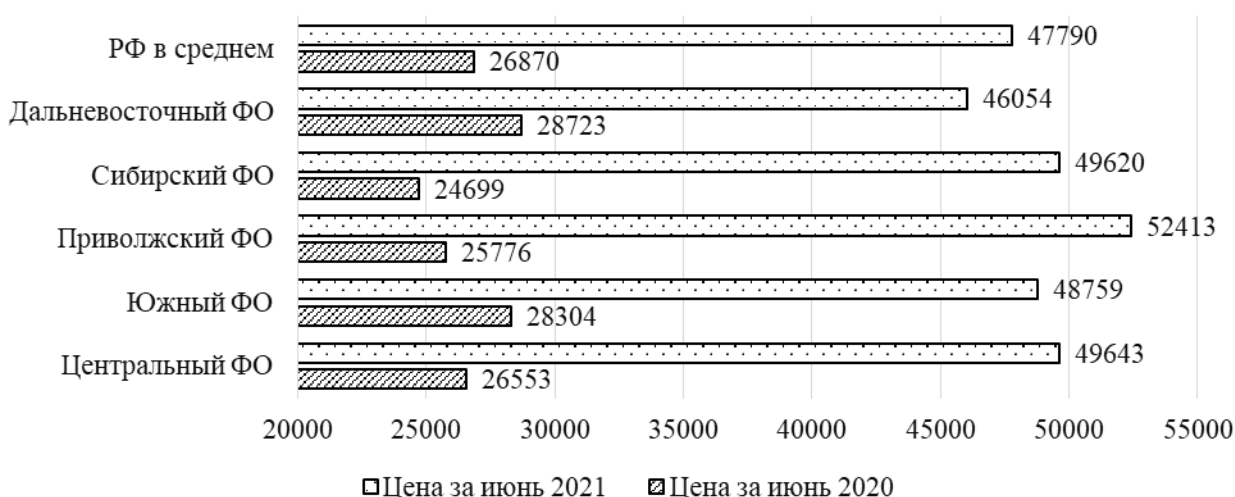


Рисунок 2 – Динамика цены на сою, тыс. руб./т (Источник: составлено на основе данных Экспертно-Аналитического Центра Агробизнеса [4])

Однако развитие посевных площадей сои в России не стоит на месте. Экспертно-Аналитический Центр Агробизнеса провел свое исследование на рынке культурной сои, собиралась информация в течение многих лет, благодаря чему в настоящее время можно просмотреть динамику развития посевных площадей и спроса на соевую продукцию в России.

Ниже представлена диаграмма развития посевных площадей культурной сои в Российской Федерации с 1990 по 2022 года.

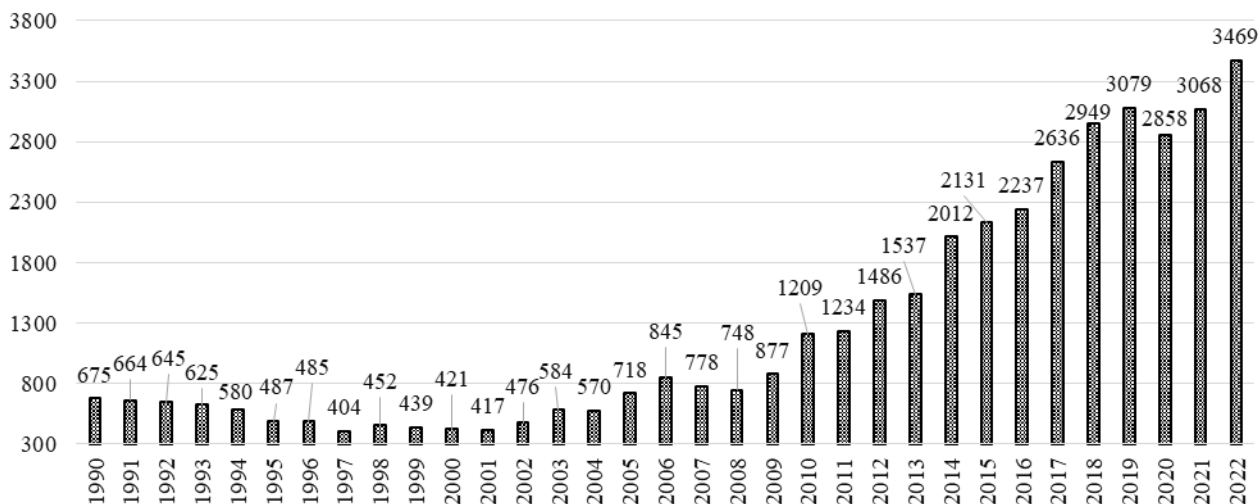


Рисунок 3 – Динамика посевных площадей в России, тыс. га (Источник: составлено на основе данных Экспертно-Аналитического Центра Агробизнеса [4])

В последние годы можно заметить изменения структуры посевных площадей культурной сои в России, зависимой от региона производства. На данный момент большая концентрация производства в Европейской части нашей страны. Лидерство в этом принадлежит Центральному Федеральному Округу, в котором приходится около 41% всех площадей возделывания культурной сои, однако в сравнении с другими регионами в общем за год площади здесь выросли не столь значительно (всего на 8,9%). Интересно, что несколько лет назад первое место по производству культурной сои занимал Дальневосточный Федеральный Округ.

Ниже представлена структура посевных площадей сои по федеральным округам в 2022 году.

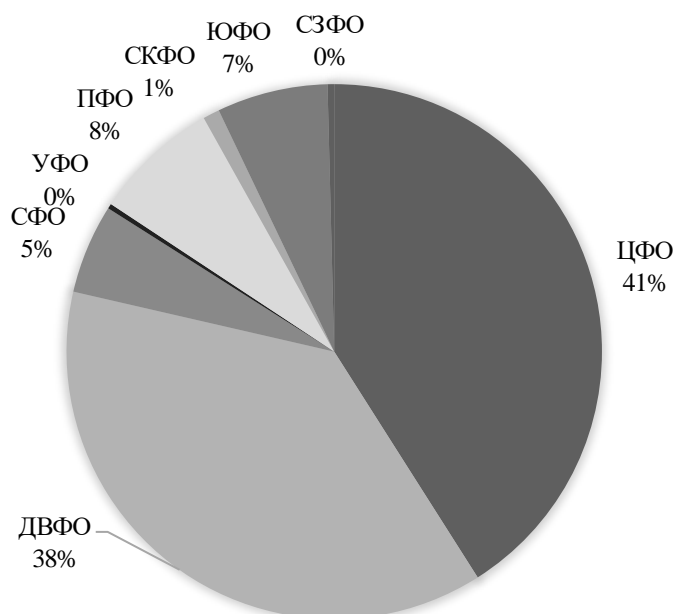


Рисунок 4 – Структура посевных площадей по федеральным округам России в 2022 году, % (Источник: составлено на основе данных Росстата [5])

В России несколько лет подряд наблюдается повышение урожайности культурной сои. Наибольшие показатели были достигнуты в 2019-2021 годах. В 2019 году она достигла 15,7 ц/га в весе после доработки, 2020 и 2021 годы по урожайности были примерно одинаковы и составляли 15,9 ц/га в весе после доработки. В 2022 году ожидается также высокая урожайность, что связано с повышением посевных площадей культурной сои по России.

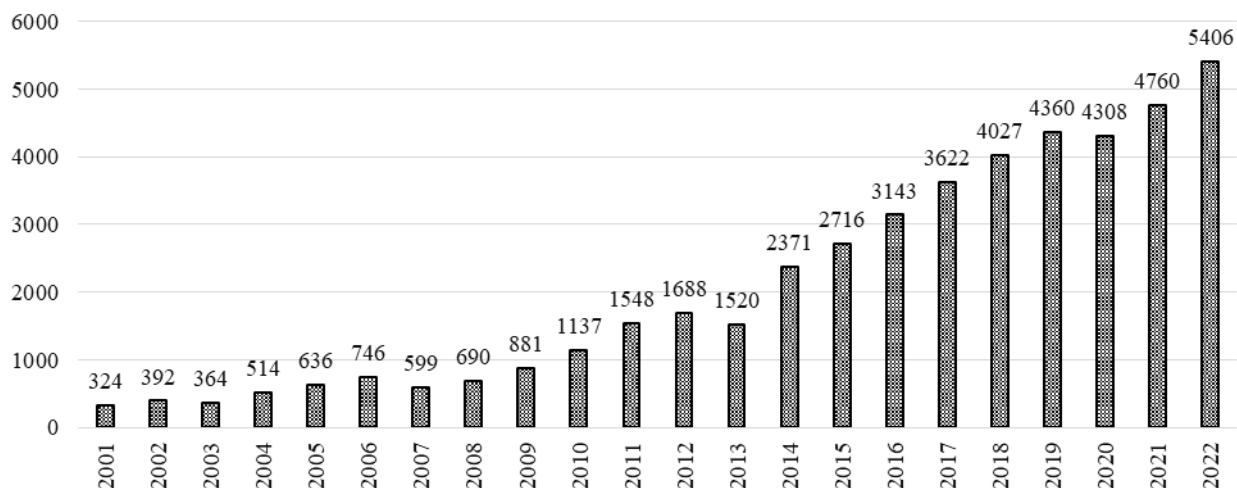


Рисунок 5 – Валовые сборы соевых бобов в России в весе после доработки в 2001-2021 гг, прогноз на 2022 год, тыс. тонн (Источник: составлено на основе данных Экспертно-Аналитического Центра Агробизнеса [3] и Росстата [5])

Согласно приведенных на рисунке 5 данных сборы сои в 2021 году существенно возросли и достигли 4 759,8 тыс. тонн в весе после доработки. Это стало рекордным показателем по России за все время возделывания культурной сои. По сравнению с 2020 годом это на 452,2 тыс. тонн (10,5%) больше. В 2022 году ожидается установление нового рекорда сборов данной культуры. При сохранении урожайности в рамках федеральных округов на уровне годичной давности, сборы должны составить примерно 5 406 тыс. тонн в весе после доработки.

В России соя в больших количествах используется в животноводческой деятельности и пищевой отраслях, соевый шрот идет на производство высококачественных кормов для крупного рогатого скота, птиц и других видов животных, соевая мука и другие виды продуктов переработки соевых бобов используются в пищевой промышленности.

Таким образом, рынок сои в России активно развивается. Общество постепенно растет, что говорит и о повышении спроса на мясную и растительную продукцию. В наше время соя является универсальным и дешевым сырьем. Она используется для производства кормов, которые необходимы для поддержания и увеличения численности скота, мясо которого необходимо людям, а также растительного молока, масла и другой продукции, которая может заменить еду животного происхождения. Такая продукция необходима людям не только в рамках этических соображений, но также и практических, так как по своим свойствам молочная и мясная продукция из сои

легче, однако имеет достаточное количество белка. Постепенно соя становится востребованным продуктом в Российской Федерации, так как имеет ряд преимуществ перед другими бобовыми и крупами. Именно поэтому за этой нишей стоит следить, так как она является перспективной.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Клычова, Г. С. Перспективы развития рынка сои и его значимость для Российской экономики / Г. С. Клычова, А. П. Цыпин, А. Р. Валиев // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2021. – Т. 16, № 3(63). – С. 128-134. – DOI 10.12737/2073-0462-2021-128-134.

2. Обзор рынка сои в России [Электронный ресурс] / CSORT. – Режим доступа: <https://csort.ru/obzorrynkaselkhozproduksii/obzorpoproductam/soy/?ysclid=la5nons846235539486> – (дата обращения: 03.03.2023).

3. Рынок сои [Электронный ресурс] / ПКР. – Режим доступа: <https://prcs.ru/analytics-article/rynok-soi/> – (дата обращения: 03.03.2023).

4. Рынок сои в 2022 году: тенденции и прогнозы [Электронный ресурс] / Экспертно-Аналитический Центр Агробизнеса. – Режим доступа: <https://ab-centre.ru/news/rynok-soi-v-2022-godu-tendencii-i-prognozy?ysclid=la5po2p291351238339> – (дата обращения: 03.03.2023).

5. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство [Электронный ресурс] / Росстат. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy – (дата обращения: 03.03.2023).

Секция 3

Экономико-правовое регулирование предпринимательской деятельности

УДК 341

Правовые вопросы международного сотрудничества в сфере экономической безопасности

Р.С. Вальчук, студент

*Научный руководитель: А.Н. Мануковская, к.ю.н., доцент
Воронежский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия,*

Аннотация. Экономические преступления занимают одно из лидирующих положений на международной криминальной арене. Только правильно выстроенное международное взаимодействие может помочь в предотвращении и расследовании преступлений данного вида.

Ключевые слова: экономика, экономическая безопасность, преступления, международный, сотрудничество, незаконный.

Annotation. Economic crimes occupy one of the leading positions in the international criminal arena. Only properly structured international cooperation can help in the prevention and investigation of crimes of this type.

Keywords: economics, economic security, crime, international, cooperation, illegal.

Одним из направлений развития и совершенствования нормативно-правовых основ в целях борьбы с международной преступностью в экономической и других сферах является межгосударственная деятельность по применению норм международного права. Эти нормы представляют собой определенную правовую базу сотрудничества государств в борьбе с экономическими преступлениями, особенно теми, что содержат в себе большие объемы денежных средств, которые могут быть направлены в незаконное русло.

Одной из важнейших проблем в сфере взаимодействия государств для осуществления любой правовой деятельности, связанной с расследованием, вынесением приговоров и так далее, является различие между взаимодействующими принципами одного и другого права, а именно принципов международного уголовного права и конкретного национального права.

В статье будет предпринята попытка выявить роль международного права в борьбе с международной преступностью в экономической сфере, что можно определить в качестве объекта данного исследования. Вносятся предложения по достижению такого баланса в условиях международной экономической интеграции, в которой участвует Россия.

Следует отметить, что в настоящее время расследование преступлений, связанных с денежными манипуляциями, особенно когда речь заходит о крупных суммах, не остается на усмотрение одного государства. Часто деньги выводятся в более удобные или скрытые от посторонних глаз места. Важной проблемой такой утечки капитала в теневой сектор является то, что страдает экономическая безопасность государства, причем и того из которого эти деньги ушли, и того, которое эти незаконно добытые финансы получило. Именно поэтому, только благодаря международному взаимодействию, наличию общедоступной законодательной базы и других важных факторов – человек, совершивший экономическое преступление, понесет наказание.

Международное право и его нормы осуществляют координацию, регулируют функцию международного сотрудничества по борьбе с незаконными проявлениями на международном поле. Основывается данная деятельность на совокупности юридических норм, которые определяют условия какой-либо судебной, карательной или иной помощи своим союзникам по борьбе с экономической или иной преступностью в других государствах.

Следует отметить, что международное взаимодействие в искоренении транснациональной преступности, в рассматриваемом случае в сфере экономических преступлений, осуществляется государствами с целью, в первую очередь, защитить свои национальные финансовые, экономические, хозяйственные, политические, территориальные интересы, а также защитить и укрепить свой суверенитет по отношению к посягающему на него транснациональную организованную преступность. Этой актуальной проблеме посвящен и принятый в нашей стране Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 7 августа 2001 года № 115 [1].

Международная правовая система является тем фактором, который должен стимулировать систему национального правового поля в каждой стране. Интернационализация правовых основ каждого государства должна осуществляться для того чтобы существовала возможность, и к тому же качественная возможность объединения усилий в борьбе за защиту экономической безопасности как в общем понимании, так и для каждой страны [2, с. 15].

Также, важно выделить и то, что при осуществлении международного взаимодействия происходит развитие национальной «системы безопасности», так как государство перенимает опыт, получает навыки, знания, умения от своего союзника. Далее проявляется все больше признаков от каждого государства, которые формируют какие-либо факторы, оказывающие

положительное влияние на экономическую безопасность конкретных государств с помощью правильного и полного формирования национального права.

Одной из важнейших задач такой организации, как ООН, является как раз поддержка в развитии и совершенствовании нормативно-правовых основ, процессов и мероприятий для борьбы с международной преступностью в экономической и других сферах.

Выделяя международное право, следует сказать, что оно представляет собой определенную правовую основу межгосударственного сотрудничества в борьбе с экономическими преступлениями, особенно теми, что содержат в себе крайне большие объемы денежных средств, которые могут пойти в любое незаконное русло. Повышение внешнеэкономической активности, обусловленное ликвидацией административных барьеров, не гарантирует соблюдение национальных экономических интересов. Активизация внешнеэкономической деятельности (речь идет о правомерной деятельности во внешнеэкономической сфере) «работает» на обеспечение экономической безопасности только при определенных условиях, и в этом плане имеют значение характер, структура и направленность внешнеэкономических операций. Например, увеличение объема вывоза сырьевых ресурсов низкой степени обработки отнюдь не способствует обеспечению экономической безопасности государства.

Международное право, на наш взгляд, существует и по той причине, что множество экономических преступлений на крупные суммы изначально были совершены в нелегальном поле, то есть сами средства были получены нелегальным путем и в дальнейшем могут пойти также в нелегальном направлении. А именно:

- финансирование терроризма;
- наркотрафик;
- незаконный оборот оружия и другие виды.

В связи с этим, в опасности оказывается не только экономическая безопасность государств, но и другие составляющие функционирующего государства и его жителей.

Именно поэтому в международном сотрудничестве важным фактором является установление, выявление и поимка ответственных лиц, даже если они совершили преступление только в одной стране [3, с. 127].

ООН сформировало механизм правильного и точного осуществления сотрудничества между государствами для борьбы с преступностью в экономической сфере. При объединении с другими межгосударственными или негосударственными организациями, осуществляющими свою деятельность по борьбе с международной преступностью – образуют своеобразную общемировую систему по снижению межгосударственных преступлений [4].

Основными источниками международных правовых отношений являются – договоры. Они признаются действующими из-за особенностей «писанного права», потому что в связи с международными экономическими отношениями

являются обязательным и крайне важным механизмом регулирования хозяйственных взаимодействий.

Следует отметить определенные важные договоры в рассматриваемой сфере. К ним относятся:

- 1) договоры о правовой помощи;
- 2) договоры о поощрении и защите иностранных инвестиций;
- 3) договоры в области международной торговли и экономического сотрудничества;
- 4) договоры по вопросам права собственности;
- 5) договоры о международных расчетах;
- 6) соглашения об избежании двойного налогообложения;
- 7) договоры в области интеллектуальной собственности;
- 8) договоры по вопросам международного коммерческого арбитража.

Важно отметить, что согласно статье 10 Устава ООН - Генеральная Ассамблея ООН не имеет права выносить конкретные указания, а может давать лишь рекомендации [4].

В заключение, можно сделать вывод о том, что взаимодействие между странами это единственный выход в борьбе с межгосударственной преступностью, а также важнейший элемент защиты экономической безопасности всех государств по отдельности.

Также следует согласиться с мнением Н.В. Лапиной [5, с. 48], выделившей требования к развивающимся странам, которые в обязательном порядке должны быть реализованы для обеспечения экономической безопасности, и направленные на достижение трех групп определенных целей:

– во-первых, признание мировым сообществом таких принципов, как полный и постоянный суверенитет государств над их природными ресурсами, суверенное равенство, свобода выбора экономической и социальной системы и недопущение дискриминации на этом основании другими государствами или межправительственными организациями мира;

– во-вторых, предоставления этим странам возможности играть надлежащую роль в международном процессе принятия решений (эта претензия прежде всего предусматривает такие организации, как МВФ и Всемирный банк);

– в-третьих, удовлетворение требований этих стран в конкретных экономических сферах мирового рынка.

Это станет одним из направлений деятельности государств по укреплению их усилий на пути формирования легитимной экономики, и будет способствовать укреплению роли международного права в борьбе с международной преступностью в экономической сфере.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма: Федеральный закон № 115 от*

07.08.2001 // СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32834/ (дата обращения: 19.02.2023)

2. Герасимов А. П., Максимова Е. В. К вопросу о правовой категории «экономическая безопасность» // *Правовое государство: теория и практика*. 2021. № 6. С. 15-21.

3. Куцева М.Н, Мануковская А.Н. Защита прав граждан правоохранительными органами в современных условиях: сборник Всероссийской научно-практической конференции «Защита прав человека в современных условиях: теория и практика». - Пермь: Филиал ОУ ВО «СПб ВЭСЭП» в г. Перми, 2017. С.126-129.

4. Устав ООН// СПС «un.org». Режим доступа: URL: <https://www.un.org/ru/about-us/un-charter/full-text> (дата обращения: 19.02.2023)

5. Лапина, Н.В. Правовое регулирование международной экономической безопасности. Источники международной экономической безопасности // *Проблемы современной экономики: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Самара, август 2019 г.)*. — Самара: ООО "Издательство АСГАРД", 2019. С. 47-48. Режим доступа: URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/217/10919/> (дата обращения: 19.02.2023).

УДК 671.1

Основные способы фальсификации ювелирных изделий

А.А. Деркач, студент

*Научный руководитель: А.Н. Бабаков, к. т. н., доцент
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Фальсификация ценных изделий представляет собой постоянную угрозу подлинности ювелирных изделий в целом. Одновременно с этим ведется непрерывный поиск надежных, практичных и экономичных средств выявления таких подделок. В данной статье рассмотрены некоторые способы фальсификации ювелирных изделий и проверки их на подлинность.

Ключевые слова: фальсификация, ювелирные изделия, покупатель, товар.

Annotation. The falsification of valuable products is a constant threat to the authenticity of jewelry in general. At the same time, a continuous search is being conducted for reliable, practical and economical means of detecting such fakes. This article discusses some ways of falsifying jewelry and verifying their authenticity.

Keywords: falsification, jewelry, buyer, product.

Драгоценные металлы – это редкие химические элементы природного происхождения. На сегодняшний день к драгоценным металлам относятся следующие металлы: родий, платина, золото, палладий, иридий, осмий, рений, рутений, германий, бериллий, серебро, индий, галлий, теллур, висмут и ртуть.

Один из древнейших и распространенных видов декоративно-прикладного искусства считается ювелирное искусство. Ювелирные изделия – это особая группа товаров. Большинство из них имеют исключительно

декоративное значение. К ювелирным товарам относят изделия из драгоценных металлы, а также высокохудожественные изделия из недрагоценных «металлов и сплавов, камня, кости в сочетании с камнями-самоцветами природного и искусственного происхождения.

Стоимостная фальсификация ювелирных изделий – это ввод потребителей в заблуждение посредством реализации ювелирных изделий низкого качества по ценам изделий высокого качества или же изделий меньших размерных характеристик по цене изделий больших размеров [1].

Поскольку цены на драгоценные металлы выросли за последние 25 лет, перепродажа старых золотых украшений и их последующая обработка ювелирами стали важной услугой, предлагаемой нашей отраслью. Ювелирные изделия с поддельными брендами вызывают все большую озабоченность в ювелирной отрасли, ориентированной на бренды, где все большее количество транзакций совершается в Интернете. Это происходит в верхних и нижних сегментах рынка, затрагивая как бюджетные, так и элитные ювелирные изделия, и бренды изо всех сил пытаются решить эту проблему.

Попытки выдать дешевое стекло за редкие и ценные драгоценные камни – явление не новое.

Древние египетские гробницы были найдены инкрустированными фаянсом, искусственно окрашенным керамическим стеклом, сделанным из минерального полевого шпата и явно предназначенным для замены других драгоценных камней. Так называемые «пастовые» драгоценные камни, изготовленные из свинцового стекла, покрытого фольгой, появились еще в 1720-х годах.

Проблема в том, что многие искусственные драгоценные камни трудно отличить от настоящих, а это означает, что потребители часто платят за настоящие драгоценные камни, но получают только дешевые имитации.

Подделки из цветного стекла выглядят настолько правдоподобно, что неопытному глазу трудно отличить их от настоящих. Это разочаровывает настоящих ритейлеров и подрывает доверие к отрасли.

Помимо создания искусственных камней из стекла, в торговле драгоценными камнями обычно используются некоторые приемы, позволяющие улучшить настоящие драгоценные камни более низкого качества и повысить их стоимость.

К ним относятся такие методы, как нагревание для осветления цвета камня или удаления нежелательных вторичных цветов, а также облучение для изменения цвета камня.

Другие методы, которые, возможно, менее безобидны, включают отбеливание и окрашивание, заполнение трещин с использованием таких веществ, как пластик или полимерные смолы, и заполнение полостей для герметизации пустот, и увеличения веса, обычно с использованием таких веществ, как стекло.

Проблема в том, что покупателям не всегда легко получить информацию об обработке их камней перед продажей. Сложная цепочка поставок также означает, что ювелирные бренды не всегда имеют полное представление о том, какие камни они получают, хотя обученный ювелир обычно может определить такие методы, как наполнение [2].

Одним из способов фальсификации золотых украшений является получение «комбинированных» фальшивок. В данном варианте одна часть изделия состоит из золота, а другая – из сплава дешевых металлов. На данных изделиях также может присутствовать подлинное государственное клеймо. Данное может происходить по причине того, что проба, к примеру, ставится на замок к цепочке, а сама цепочка низкого качества крепится позже [3].

Также к способам фальсификации относится обтяжка. Это способ обтягивания недрагоценного металла драгоценным. Бывает так, что даже в пустотелые изделия из золота заливают свинец или олово. За счет этого изделие значительно прибавляет в весе, а значит, его можно дороже продать. Опять же это можно заметить только при нарушении целостности изделия.

Рассмотрим некоторые способы, с помощью которых можно отличить поддельные украшения от оригинала:

1) Если вы думаете, что это слишком хорошо, чтобы быть правдой, то, скорее всего, так оно и есть. Если вы беспокоитесь о репутации продавца, вам всегда следует проверять рекомендованную розничную цену на других сайтах, просто для ясности и простоты ума. Если цена на других сайтах находится на том же уровне, то вы можете перейти к следующему шагу.

2) В России любые ювелирные изделия, которые продаются как платина, золото, серебро или палладий, по закону должны иметь клеймо в соответствии с Федеральным законом от 26.03.1998 N 41-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Официальное клеймение гарантирует стандарт и чистоту металла, который вы покупаете. Клейма различаются в зависимости от предмета, который вы покупаете, и местного офиса. Если вы хотите узнать больше о клеймении, вам следует обратиться к Международной ассоциации пробирных лабораторий.

Некоторые распространенные клейма:

Золотые клейма – 375, 500, 585, 750, 958, 999.

Серебряные клейма – 800, 830, 875, 925, 960, 999.

Платиновые клейма – 850, 900, 950.

3) Брендинг играет важную роль. Поддельные ювелирные изделия иногда имеют поддельные клейма, поэтому очень важно проверить маркировку продукта, который вы покупаете. Если вы покупаете дизайнерскую вещь у высококлассного бренда, вам всегда следует проверять, чтобы шрифты, цвета и написание на упаковке соответствовали работе дизайнера. Это обеспечит еще один уровень защиты того, что вы покупаете подлинные товары.

4) Сертификация ювелирных изделий является одной из самых востребованных услуг в области геммологии и экспертизы.

Сертификация актуальна и для физических, и для юридических лиц. Каждое ювелирное изделие считается объектом купли-продажи. И соответственно, для корректной оценки ему необходимо индивидуальное описание, включающее в себя определение вставок, их количество и качество. Именно сертификат соответствия на ювелирное изделие, выданный геммологической лабораторией, содержит в себе наиболее полную информацию о том или ином изделии.

5) Необходимо тщательно рассмотреть драгоценный камень, который кажется слишком совершенным. Это может показаться немного странным, но настоящие драгоценные камни не идеальны, на них можно зачастую увидеть пятна, которые естественным образом образуются в камне настоящего драгоценного камня. Из-за естественного процесса образования то же самое можно сказать и о алмазах. Пластмасса и стекло часто используются при создании поддельных драгоценных камней и бриллиантов, которые могут придать им идеальный, гладкий вид.

6) Можно самостоятельно провести некоторые тесты:

Туманный тест. Данный тест используется, чтобы определить, настоящий бриллиант или подделка, и это довольно просто сделать. Необходимо выдохните горячий воздух на камень алмаза и посмотрите, что произойдет. Если бриллиант запотеваает, то это поддельный бриллиант, так как настоящие бриллианты не сохраняют тепло. На настоящих бриллиантах не должно быть никаких признаков тумана.

Магнитный тест. Это тест определяет настоящий ли кусок золота или серебра. Золото и серебро не являются магнитными материалами, поэтому, если взять сильный магнит и поместите его рядом с украшением, то можно будет увидеть, настоящее оно или поддельное. Если деталь прилипает к магниту, это подделка. Если он не прилипает к магниту, это свидетельствует о том, что золото или серебро настоящее.

Кожный тест. Данный тест является одним из наиболее распространенных тестов, которые позволяют убедиться, в том, что украшение настоящее. Если ношение украшения раздражает кожу или делает ее зеленой, то украшение, скорее всего, подделка. Настоящее серебро и золото не вступают в реакцию с кожей.

Выявление фальсификации оказывает очень большую роль в экономической составляющей страны, а также снижает риск для потребителя. Чтобы избежать приобретения поддельных потребитель должен знать базовые способы как отличить оригинал от подделки и т.д., а также необходимо ужесточить наказание за реализацию поддельных ювелирных изделий на законодательном уровне.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Калачев, С. Л. *Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для среднего профессионального образования / С. Л. Калачев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 478 с. — (Профессиональное образование).* —

ISBN 978-5-534-12041-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513173>.

2. Мишина, А. М. Проблемы потребительского рынка ювелирной продукции и пути их решения / А. М. Мишина, К. В. Илларионова // Актуальные проблемы социально-экономического развития современного общества: сборник статей II международной заочной научно-практической конференции, Киров, 27 мая 2021 года. — Киров: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Кировский государственный медицинский университет" Министерства здравоохранения Российской Федерации, 2021. — С. 137-141. — EDN ORKQML.

3. Петрище, Ф. А. О фальсификации, способах формирования необходимого качества ювелирных изделий и защите прав потребителей / Ф. А. Петрище, М. А. Черная, М. Р. Петрище // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. — 2021. — № 1. — С. 109-117. — DOI 10.37984/2076-9288-2021-1-109-117. — EDN SVUUOR.

Секция 4

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

УДК 338

Система негосударственных пенсионных фондов

О.А. Багателия, студент

*Научный руководитель: И.В. Балашова, к.э.н., доцент,
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Негосударственные пенсионные фонды играют огромную роль в системе пенсионного страхования в России. Они не только обеспечивают пенсионеров достойными денежными выплатами, но и помогают реальному сектору экономики, инвестируя средства в различные проекты. Широкое информирование граждан о системе негосударственных пенсионных фондов может привести к резкому увеличению клиентов данной сферы. Путем осуществления данной цели могут стать посещения крупных предприятий работниками негосударственных пенсионных фондов и ознакомление сотрудников организаций с деятельностью НПФ.

Ключевые слова: негосударственный пенсионный фонд, пенсионные накопления.

Abstract. Non-state pension funds play a huge role in the pension insurance system in Russia. They not only provide pensioners with worthy cash payments, but also help the real sector of the economy by investing in various projects. Widespread awareness of citizens about the system of non-state pension funds can lead to a sharp increase in clients in this area. The way to achieve this goal may be visits to large enterprises by employees of non-state pension funds and familiarization of employees of organizations with the activities of NPFs.

Keywords: non-state pension fund, pension savings.

Застрахованные лица – это граждане Российской Федерации, а также некоторые иностранные лица и лица без гражданства, проживающие на территории России, заключившие договор пенсионного страхования.

Активы любого предприятия, в том числе негосударственного пенсионного фонда – это совокупность его имущества и денежных средств, а также имущественные права и иные права, имеющие денежную оценку [1].

Чтобы проанализировать работу негосударственного пенсионного фонда, нужно узнать количество его пенсионных накоплений и резервов, число уже заключивших с фондом договор вкладчиков, размер его активов и капитала, а

также показатели доходности фонда и суммы, выплаченные по договорам. Все официальные данные по работе негосударственных пенсионных фондов России указаны на официальном сайте Центрального Банка и взяты из бухгалтерской и финансовой отчетности фондов.

По сумме активов можно судить о финансовой устойчивости организации. «НПФ Сбербанк» занимает лидирующую позицию по сумме активов. За 3 года данный показатель фонда вырос на 16,6%. Наибольший прирост активов за 2019-2021 год показал негосударственный пенсионный фонд «Достойное БУДУЩЕЕ» - его активы выросли на 53,9%. Наименьшее увеличение активов наблюдается у фонда «Будущее» - плюс 5%.

Пенсионные накопления – это средства, хранящиеся на личном счете граждан [2]. Первые места в рейтинге по объему накоплений занимают те организации, в которых хранится больше всего сбережений будущих пенсионеров. Драйвером роста и обеспечения конкурентоспособности НПФ выступают экосистемы.

Первое место по количеству пенсионных накоплений занимает «Негосударственный пенсионный фонд Сбербанк». За 3 года данная сумма в лидирующем фонде возросла на 14,9 %, что не является наибольшим показателем прироста. Лидер по приросту накоплений за указанный промежуток времени – негосударственный пенсионный фонд «Достойное БУДУЩЕЕ» - рыночная стоимость его средств увеличилась на 57,2%. Наименьший прирост пенсионных накоплений показал негосударственный пенсионный фонд «Будущее» - прирост его средств составил 2,3%. Резервы образуются за счет: пенсионных взносов и дохода фонда от размещения пенсионных взносов. Резервы являются важнейшим фактором финансовой устойчивости фонда [3].

Капитал предприятия представляет собой имущество, сформированное за счет собственных средств (вкладов учредителей и прибыли). Без капитала невозможно функционирование предприятия, организация его деятельности.

«Негосударственный пенсионный фонд ГАЗФОНД» является лидером по сумме капитала. Прирост данного показателя за 3 года у «ГАЗФОНДА» составил 29,3%. Максимального прироста капитала достиг «НПФ Эволюция» - плюс 66,4%. Однако среди лидеров наблюдается и уменьшение капитала – у фонда «Газфонд Пенсионные накопления» данная сумма снизилась за 3 года на 21%.

Можно сделать вывод о том, что с 2017 года доходность НПФ сильно уменьшилась. Максимальная средняя доходность за 5 лет принадлежит негосударственному пенсионному фонду «Алмазная осень» - 9,01 %. Наибольший показатель доходности – 13,16% - наблюдался в 2017 году у фонда «Газфонд Пенсионные Накопления». По суммам выплат можно судить об эффективности инвестирования средств фондом и, следовательно, о качестве его работы.

Наибольшие выплаты по негосударственному пенсионному обеспечению

получают участники фонда «НПФ ГАЗФОНД». Темп прироста выплат этого фонда за 3 года составил 17,2%.

Лидером по увеличению негосударственных пенсий за 2019-2021 год стал фонд «Эволюция» - его изучаемый показатель вырос в 2,9 раз. Наименьший прирост выплат среди лидеров заметен у фонда «Телеком-Союз» - всего лишь 1,8%.

Исходя из рейтингов негосударственных пенсионных фондов по различным показателям, лидерами в данной сфере являются: АО «НПФ Сбербанк», АО «НПФ ГАЗФОНД», АО НПФ «Достойное БУДУЩЕЕ». Эти фонды входят в десятку лучших по многим показателям, а значит, являются устойчивыми и платежеспособными, и, следовательно, привлекательными для будущих пенсионеров.

Широкое информирование граждан о системе негосударственных пенсионных фондов может привести к резкому увеличению клиентов данной сферы. Путем осуществления данной цели могут стать посещения крупных предприятий работниками негосударственных пенсионных фондов и ознакомление сотрудников организаций с деятельностью НПФ. При рассказе сотруднику НПФ важно упомянуть о легальности деятельности фонда, о застрахованности вложений и о показателях доходности фонда.

Экономика Российской Федерации находится в постоянном развитии и преобразовании. Новые внешние и внутренние экономические и политические ситуации оказывают воздействие на функционирование всех систем страны, в том числе и пенсионной [4].

Число НПФ в России за последние 10 лет сократилось более, чем в 3 раза. Самый большой спад на графике наблюдается в 2018 году – тогда закрылось 32 негосударственных пенсионных фонда. Стабильно каждый год несколько НПФ уходят с рынка пенсионных услуг, и значит, на сегодняшний день на нем остались самые надежные и платежеспособные фонды.

За 10 лет число лиц, застрахованных в негосударственных пенсионных фондах, возросло в 5,5 раз. Наибольший прирост наблюдался в 2013 году – тогда за год застрахованных лиц в НПФ увеличилось более, чем в 2 раза. Но в 2021 году, по сравнению с 2019, данный показатель немного уменьшился.

Таким образом, за последние 10 лет функционирование негосударственных пенсионных фондов в России вышло на новый уровень. Хотя количество самих НПФ снизилось в 3 раза, их экономические показатели, такие как пенсионные накопления, резервы, число застрахованных лиц и суммы выплат пенсий по негосударственному пенсионному обеспечению выросли во много раз. Это значит, что качество работы НПФ и степень доверия граждан к таким организациям выросли и продолжают расти до сих пор.

Негосударственные пенсионные фонды – необходимый элемент финансовой системы России, так как государственная пенсия не может в полном объеме удовлетворить потребности пенсионеров в обеспечении денежными средствами. НПФ заполняют эту нишу и являются наилучшим

вариантом решения проблемы низких пенсий в стране.

Негосударственные пенсионные фонды могут и должны стать институционально важным звеном пенсионной системы, если будут найдены действенные инструменты государственной поддержки, использование которых должно повысить вовлеченность негосударственных пенсионных фондов в инвестиционный процесс [5].

Негосударственные пенсионные фонды функционируют не только в сфере дополнительного пенсионного обеспечения граждан. Их работа необходима также в инвестиционном секторе, поскольку они удовлетворяют экономические потребности реального сектора экономики путем перераспределения свободных финансовых ресурсов субъектов хозяйствования и населения.

Негосударственные пенсионные фонды являются важным инструментом для решения социальных проблем в части пенсионного обеспечения. Центральный банк Российской Федерации контролирует и регулирует деятельность таких фондов.

Работа негосударственных пенсионных фондов состоит в следующем:

1. Гражданин, желающий в будущем быть обеспеченным негосударственной пенсией, выбирает фонд и вкладывает в него денежные средства, объем и частота перечисления которых закреплены в договоре.

2. Негосударственный пенсионный фонд сам, либо через специальную управляющую компанию аккумулирует средства, поступившие от вкладчиков и направляет их в инвестиционные проекты с целью получения прибыли.

3. Получаемая от инвестиций прибыль возвращается в НПФ.

4. Фонд выплачивает пенсии своим застрахованным вкладчикам.

Если у негосударственного пенсионного фонда аннулируют лицензию, то в течение трех месяцев средства пенсионных накоплений будут переведены страховым Агентством в Фонд пенсионного и социального страхования Российской Федерации. Вкладчики могут принять решение оставить накопления там, либо снова положить их в другой НПФ. Нюансы отчислений средств в фонд, их последующем получении и наследовании прописываются в договоре.

У жителей России есть возможность уже с начала своей трудовой деятельности обеспечить себя в будущем сразу тремя видами пенсий: по старости, накопительной и негосударственной. Договор негосударственного пенсионного обеспечения заключается либо по собственной инициативе работника, либо в рамках корпоративной программы. Помимо негосударственной пенсии, НПФ также может выплачивать накопительную пенсию, если гражданин переведет туда свои средства из Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации. Причем осуществлять перевод средств в НПФ может как работодатель застрахованного лица, так и сам будущий пенсионер.

В настоящее время в России функционируют 39 негосударственных

пенсионных фондов. Все они имеют лицензии на осуществление своей деятельности. Но прежде, чем переводить пенсионные средства в негосударственный фонд, необходимо изучить весь список данных действующих организаций и выделить наиболее устойчивые фонды – проанализировать их рейтинги и оценки.

Модернизация и улучшение деятельности пенсионной системы России в настоящее время необходимы. В том числе, нужны некоторые изменения в функционировании негосударственных пенсионных фондов. Важно стимулировать граждан на участие в системе добровольного негосударственного пенсионного страхования, а также привлекать различные предприятия к внедрению корпоративных программ негосударственного пенсионного обеспечения. Сами негосударственные пенсионные фонды важно стимулировать на участие не только в негосударственной пенсионной сфере, но и в системе обязательного пенсионного страхования.

Таким образом, негосударственные пенсионные фонды играют огромную роль в системе пенсионного страхования в России. Они не только обеспечивают пенсионеров достойными денежными выплатами, но и помогают реальному сектору экономики, инвестируя средства в различные проекты.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Балашова, И. В. Современное состояние рынка долговых ценных бумаг в Российской Федерации / И. В. Балашова // *Естественно-гуманитарные исследования*. – 2019. – № 24(2). – С. 9-15. – EDN FOIXRG.

2. Хачак, М. А. Денежные потоки в теории финансов / М. А. Хачак, И. В. Балашова // *Наука XXI века: проблемы, перспективы, информационное обеспечение: Сборник научных трудов по материалам XV региональной научной конференции, пос. Яблоновский, 27 апреля 2017 года* / Составители Т.А. Щербатова, З.И. Воронцова. – пос. Яблоновский: Издательство "Магарин Олег Григорьевич", 2017. – С. 317-321. – EDN ZFXGTV.

3. Балашова, И. В. Влияние прямых и косвенных факторов на денежные потоки предприятия / И. В. Балашова // *Наука XXI века: проблемы, перспективы, информационное обеспечение: Сборник научных трудов по материалам XV региональной научной конференции, пос. Яблоновский, 27 апреля 2017 года* / Составители Т.А. Щербатова, З.И. Воронцова. – пос. Яблоновский: Издательство "Магарин Олег Григорьевич", 2017. – С. 24-31. – EDN ZFXGFP.

4. Балашова, И. В. Генезис иностранных инвестиций в российской экономике / И. В. Балашова, С. А. Козловская // *Сфера услуг: инновации и качество*. – 2019. – № 43. – С. 4-11. – EDN DJLXHO.

5. Балашова, И. В. *Формирование и использование средств регионального бюджета* / И. В. Балашова, Т. А. Терещенко. – Краснодар: Индивидуальный предприниматель Кабанов Виктор Болеславович (Издательство "Новация"), 2022. – 62 с. – ISBN 978-5-00179-163-8. – EDN VQVUPK.

Роль нефтегазовых доходов в формировании бюджетов Российской Федерации

А.А. Захарова, студент

*Научный руководитель: Л.В. Портнова, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье раскрывается роль нефтегазовых доходов в формировании федерального и региональных бюджетов Российской Федерации, а также каналы влияния цен на нефть на доходы бюджетной системы. Выделены и охарактеризованы этапы формирования позиции правительства по развитию нефтегазового сектора. Трансформация налогообложения нефтегазового сектора раскрывается исходя из интересов государства и бизнеса. Была проведена оценка влияния динамики цен на нефть на макроэкономические показатели России и выбор инструментов денежно-кредитного и фискального регулирования.

Ключевые слова: Россия, нефтегазовые доходы, бюджет, цены на нефть, нефтегазовый сектор, налогообложение.

Abstract. The article reveals the role of oil and gas revenues in the formation of the federal and regional budgets of the Russian Federation, as well as the channels of influence of oil prices on the revenues of the budget system. The stages of formation of the government's position on the development of the oil and gas sector are highlighted and characterized. The transformation of taxation of the oil and gas sector is revealed based on the interests of the state and business. An assessment of the impact of oil price dynamics on Russia's macroeconomic indicators and the choice of monetary and fiscal regulation instruments was also carried out.

Keywords: Russia, oil and gas revenues, budget, oil prices, oil and gas sector, taxation.

Спад и замедление экономического развития и трудности с сокращением государственных расходов вместе с проблемами мобилизации ресурсов за счет внутренних государственных займов обуславливают необходимость увеличения доходов бюджета. Доходы бюджета относятся к числу основных макроэкономических показателей, отражающих, с одной стороны, экономическую безопасность страны и эффективность хозяйствующих субъектов, а, с другой, возможность проведения эффективной политики финансирования государственных расходов (в том числе инвестиционных и социальных) и, как следствие, характеризующих возможности будущего развития страны.

Нефтегазовый сектор играет ведущую роль в формировании доходов бюджетной системы и торгового баланса. В 2022 году доля нефтегазовых доходов в федеральном бюджете составила 38,1% [6].

В связи с корректировкой ставки налога на добычу полезных ископаемых и экспортной пошлины с учетом мировых цен на нефть зависимость доходов федерального бюджета от курса доллара проявляется в первую очередь в части нефтегазовых доходов.

Существуют различные показатели для оценки зависимости страны от добычи полезных ископаемых, и анализ показывает, что российская экономика не является чрезмерно зависимой. Например, доля нефтегазового сектора в ВВП России в III квартале 2022 г. составила 17,6% [7].

В то же время бюджетная система России остается зависимой от нефтегазовых доходов, именно поэтому Правительство Российской Федерации должно принимать обоснованные решения относительно модернизации налогового сектора, принимая во внимание интересы макро- и микроуровней. Важно учитывать возросшую конкуренцию на мировом нефтяном рынке, что обусловило необходимость принятия экстренных мер по поддержке национальных нефтяных компаний. Чтобы сохранить свои позиции на мировом нефтяном рынке, Россия вынуждена искать возможности для создания новых производств продукции с высокой добавленной стоимостью, с целью улучшения условий и предотвращения роста розничных цен на нефтепродукты на внутреннем рынке выше уровня годовой инфляции [5].

Современная структура нефтегазового комплекса Российской Федерации сформировалась в результате преобразований, произошедших в середине 1990-х годов, когда были сформированы одиннадцать вертикально интегрированных компаний и две региональные компании. В результате в настоящее время в стране насчитывается около 30 крупных нефтеперерабатывающих заводов. Развитие российского нефтегазового сектора характеризуется как положительными, так и отрицательными тенденциями:

- значительная волатильность мировых цен на нефть;
- замедление добычи и экспорта;
- большая доля топливно-энергетических продуктов в товарной структуре экспорта выше 63,7%;
- повышение уровня монополизации нефтепереработки;
- модернизация нефтеперерабатывающих заводов привела не только к достижению полного покрытия спроса на экологичный бензин пятого класса и дизельное топливо собственной продукцией, но и к замедлению у части компаний темпов роста инвестиций в модернизацию, а также инвестиций, направленных на переработку, торговлю и логистику;
- высокая доля экспорта продукции с низкой добавленной стоимостью, но вместе с увеличением глубины переработки нефти;
- усложнение условий добычи нефти в связи с истощением запасов;

- регулярные налоговые инновации, не учитывающие отраслевую специфику, связанную с длительным (более пять лет) разведочным циклом;
- сохранение ограничений на деятельность частных нефтяных компаний;
- неэффективное использование субсидий, предоставляемых нефтеперерабатывающей отрасли;
- чувствительность к санкциям, введенным с 2014 года.

Проблема природной ренты как разновидности платы за пользование недрами в мировой практике была актуальна с начала 1960-х годов, когда начался процесс передачи земли и минеральных ресурсов, которые считались государственными стратегическими ресурсами, в собственность частных компаний [1].

В Российской Федерации ситуация иная, поскольку государство является собственником недр, но оно стремится компенсировать хозяйствующим субъектам затраты, связанные с разработкой месторождений, развитие производства и финансирование природоохранных мероприятий.

На федеральном уровне в 2020–2021 гг. проведена оценка эффективности налоговых расходов, включенных в перечень налоговых расходов РФ, состоящая из оценки целесообразности и востребованности, а также расчета совокупного бюджетного эффекта (самокупаемости) стимулирующих налоговых расходов. В том числе на основе проведенной оценки приняты решения по повышению эффективности льгот в сфере нефтедобычи:

- отменены льготы по добыче нефти на выработанных месторождениях с предоставлением права перехода соответствующих участков недр в режим НДД;
- отменены льготные ставки по НДС и экспортной пошлине для месторождений сверхвязкой нефти;
- пересмотрены параметры налоговых льгот в рамках применения режима НДД;
- отменена льготная ставка НДС (0,7% от полной) для организаций, самостоятельно осуществивших геологоразведку участков недр [6].

Такие меры принимаются Правительством Российской Федерации для того, чтобы решить несколько задач: создать условия для модернизации предприятий отрасли, способствовать более выгодному экспорту нефти и нефтепродуктов, увеличить поставки нефти на внутренний рынок, увеличить рост цен на нефть для переработки на внутреннем рынке и тем самым обеспечить пополнение доходов бюджетной системы.

Что касается региональных бюджетов, то, хотя нефть и газ добываются более чем в 30 субъектах Российской Федерации, налог на добычу полезных ископаемых на углеводороды для них не предусмотрен, но регулярные платежи производятся в региональные бюджеты в рамках реализации соглашений о разделе продукции (за исключением природного горючего газа). Наибольшие суммы налогов были собраны в трех «нефтяных» субъектах Российской Федерации.

Федерации: Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, Ямало-Ненецком автономном округе и Республике Татарстан [8].

На развитие нефтегазового сектора России в 2020–2022 гг. повлияло усиление негативных факторов - замедление роста добычи и экспорта нефти, усложнение нефтедобычи, волатильность мировых цен, повышение уровня монополизации нефтепереработки и т.д.

Постоянные налоговые новшества в добывающем секторе привели к увеличению налоговой нагрузки на нефтегазовые компании, в том числе в периоды снижения мировых цен на энергоносители.

Было бы целесообразным оценить вклад топливно-энергетического комплекса в российскую экономику с учетом как налога на добычу полезных ископаемых, так и таможенных пошлин, а также всех других налогов и дивидендов, выплачиваемых государству как акционеру. Этот вариант оценки позволяет определить реальный вклад сектора в экономику страны.

С целью сохранения позиции на мировом нефтяном рынке Правительство РФ ищет возможности для создания новых производств продукции с высокой добавленной стоимостью, а с целью повышения эффективности льгот в сфере нефтедобычи в 2020–2021 гг. был принят ряд решений об отмене либо пересмотру параметров налоговых льгот.

Все рассмотренные в статье меры принимаются Правительством Российской Федерации для того, чтобы путем создания условий для модернизации предприятий отрасли и увеличению роста цен на нефть для переработки на внутреннем рынке обеспечить пополнение доходов бюджетной системы.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Буздалов И. Природная рента как категория рыночной экономики. // Вопросы экономики. 2004. № 3. С. 24-35.
5. Гринберг Р.С. Поиск новых экономических моделей как ответ на вызовы 21 века // География мирового развития: сборник научных трудов. Том Выпуск 3. Москва, 2016. С. 8-15.
6. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: <https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/oil/> (дата обращения: 24.02.2023).
7. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 24.02.2023).
8. РИА РЕЙТИНГ. URL: <https://riarating.ru/> (дата обращения: 24.02.2023).

УДК 33

Анализ динамики и структуры денежных доходов населения России

Кривоносова Е.Н., студент
Научный руководитель: *Л.В. Портнова, к.э.н., доцент*
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация: В статье проведен анализ стоимостных показателей уровня жизни населения Российской Федерации. На основе данных Росстата исследованы динамика и структура денежных доходов россиян за период с 2016-2021 годы.

Ключевые слова: Россия, денежные доходы, население, динамика

Abstract: The article analyzes the cost indicators of the standard of living of the population of the Russian Federation. On the basis of Rosstat data, the dynamics and structure of money incomes of Russians for the period from 2016-2021 are studied.

Key words: Russia, cash income, population, dynamics.

Финансы населения, как и финансы в целом, представляют собой экономические денежные отношения по формированию и использованию фондов денежных средств в целях обеспечения материальных и социальных условий жизни членов общества и их воспроизводства [1, с. 338].

В России исследования в области финансов населения с каждым годом становятся все более актуальными.

Финансовые ресурсы населения включают в себя заработную плату, доход от коммерческой деятельности, пенсионные выплаты и другие социальные пособия, а также средства, выданные в виде кредита кредитными организациями [2, с. 119].

По данным рисунка 1 видна положительная динамика общего объема денежных доходов населения России в течение всего анализируемого периода.

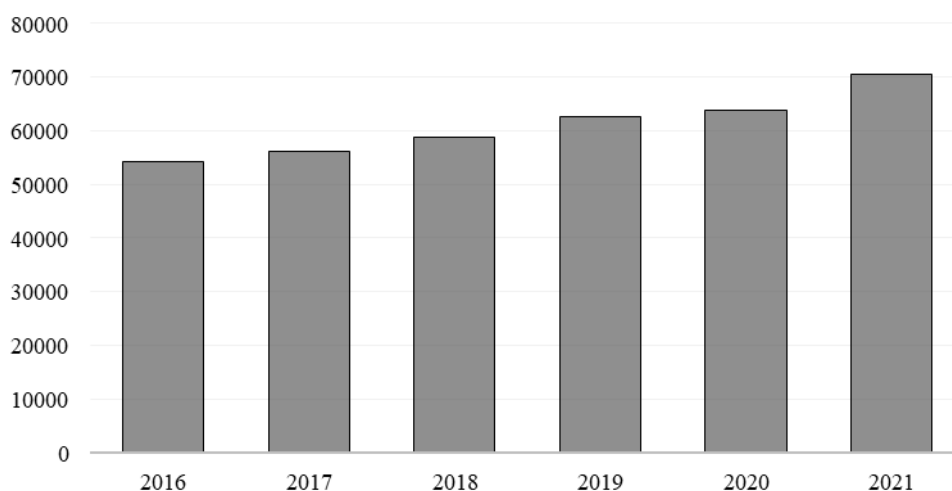


Рисунок 1 – Динамика денежных доходов населения РФ за 2015 – 2021 гг.

Средний прирост доходов за период с 2015 по 2021 годы составил 5,5%.

По данным Росстата [3], самые высокие показатели роста были отмечены в 2019 и в 2021 гг. В 2019 году доходы населения увеличились на 6,4% по отношению к предыдущему периоду, а в 2021 году выросли на 10,7% к 2020

году. Следует отметить, что на рост показателя в 2021 году повлияли единовременные выплаты детям, пенсионерам и военным, произведенные государством в рамках поддержки населения в период пандемии. В 2020 году зафиксированы минимальные показатели объема доходов, которые с 2019 года увеличились лишь на 1,9%. Такой незначительный рост доходов может быть связан с введенными в стране ковидными ограничениями, повлиявшими на количество рабочих дней для целых отраслей экономики.

Структурные изменения доходов населения Российской Федерации, с 2016 - 2021 годы, представлены на рисунке 2.

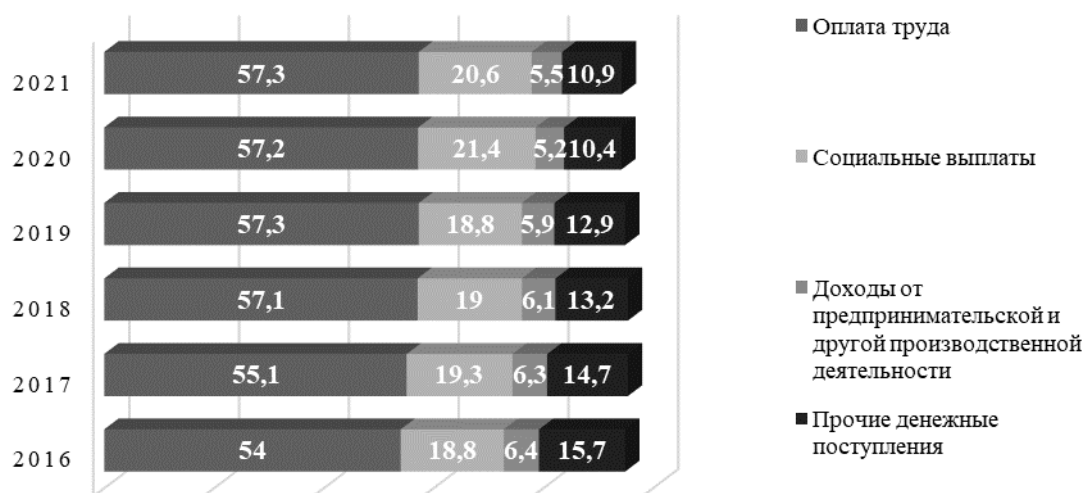


Рисунок 2 – Структура доходов населения РФ с 2016 – 2021 гг., % к итогу

Структура доходов россиян за период с 2016 по 2021 годы была относительно стабильна. Более 50% от общей суммы доходов приходится на оплату труда. Показатель структуры данной категории доходов до 2019 г. увеличивался на фоне снижения доли доходов от предпринимательской деятельности и прочих денежных поступлений.

Доля доходов от оплаты труда в 2021 году выросла на 3,3%, относительно 2016 года, тогда как доходы от предпринимательской и другой производственной деятельности снизились в 2021 году по сравнению с 2016 годом на 0,9%, а прочие денежные поступления – на 4,8% за тот же период времени.

Удельный вес социальных выплат стабильно увеличивался, составляя в 2016 году 18,8% от общей суммы доходов населения, а в 2021 году – 20,6%. Однако, наибольший показатель этой категории доходов, наблюдается в 2020 году и составляет – 21,4%, что обусловлено антикризисными государственными выплатами населению в период пандемии коронавируса.

За период с 2016 по 2021 годы общий прирост среднедушевых доходов населения Российской Федерации составил 27,4% (табл. 1). Максимальный уровень показатель достиг в 2021 году, и составил 11,1% к предыдущему периоду. Данные таблицы 1 показывают, что среднедушевые доходы россиян значительно выше величины прожиточного минимума. Адекватное

соотношение данных показателей позволяет обеспечить рост благосостояния населения страны [4, с. 41].

Таблица 1

Соотношение прожиточного минимума и среднедушевых денежных доходов населения Российской Федерации в 2016 – 2021 гг.

Годы	Среднедушевые доходы населения, руб.	Величина прожиточного минимума, руб.	Соотношение среднедушевых денежных доходов населения с величиной прожиточного минимума, %
2016	30865	9828	314
2017	31897	10088	316
2018	33361	10287	324
2019	35506	10890	326
2020	36240	11312	320
2021	40272	11653	345

Показатели среднедушевых денежных доходов населения в субъектах РФ в период с 2016 по 2021 г. находятся на различных уровнях (рис. 3).

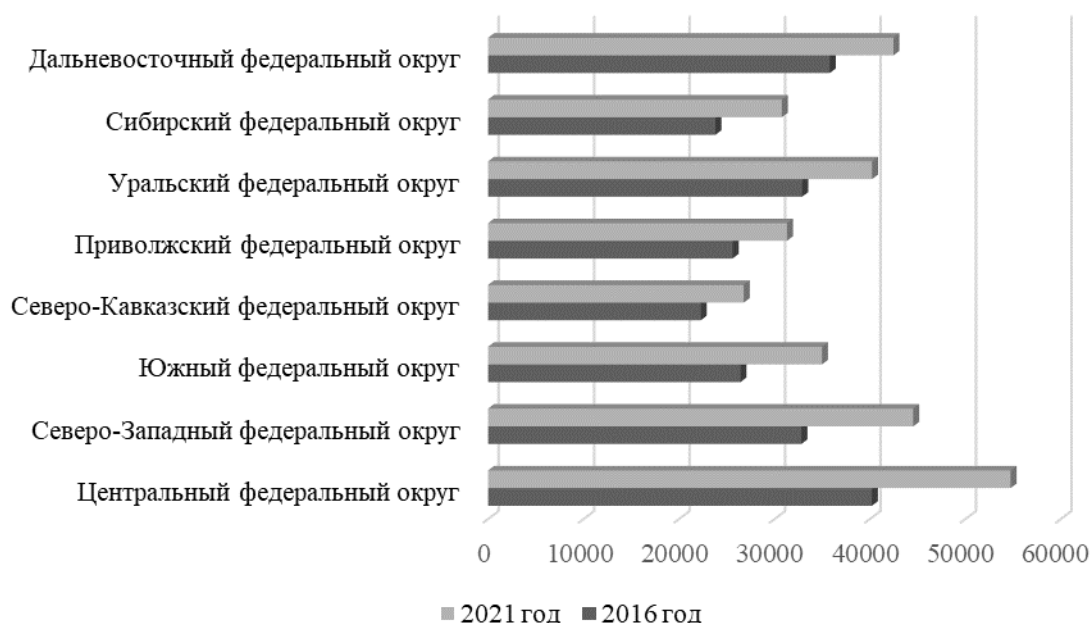


Рисунок 3 – Среднедушевые денежные доходы населения по субъектам Российской Федерации в 2016 и 2021 гг., руб./мес.

Самый высокий размер ежемесячных доходов наблюдался в Центральном федеральном округе: 40200 руб./мес. в 2016 году, 54727 руб./мес. – в 2021 г. Прирост исследуемого показателя в данном субъекте РФ с 2016-2021 годы составил 36,1%.

Наименьший размер среднедушевых денежных доходов наблюдается у населения в Северо-Кавказском федеральном округе: 22275 руб./мес. в 2016 году, к 2021 году доходы выросли на 20,2% и составили 26774 руб./мес.

Разница между доходами двух вышеназванных регионов довольно существенная - 17925 руб./мес. в 2016 году и 27953 руб./мес. В 2021 году.

Анализируя график среднедушевых ежемесячных доходов россиян (рис.3) следует отметить положительную динамику показателя по всем субъектам РФ с 2016 – 2021 годы.

Для объективной оценки был проведен анализ реальных денежных доходов населения Российской Федерации за период с 2016 по 2021 годы. (рис. 4).

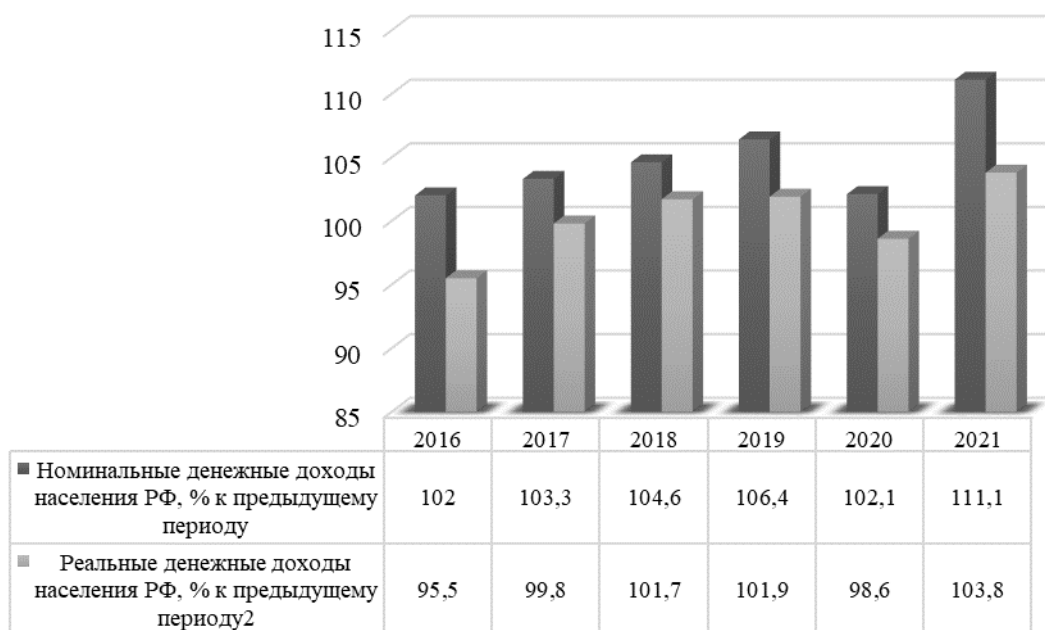


Рисунок 4 – Динамика реальных и номинальных денежных доходов населения РФ за 2016 – 2021 гг., в % к предыдущему периоду.

Реальный доход определяется количеством товаров и услуг, которое можно приобрести на сумму номинального дохода. Это обобщающий показатель уровня жизни населения страны. Он зависит от объема конечных доходов и уровня цен на товары и услуги и исчисляется как частное от деления объема конечных доходов на индекс потребительских цен [5, с. 115].

Изучив данные на рисунке 4, можно сделать следующие выводы.

С 2016 по 2019 годы наблюдается незначительный рост показателя. В 2020 году реальные денежные доходы населения РФ снизились на 3,3%. Одной из причин резкого падения доходов населения являются ограничительные меры, принятые государством, в связи с ростом заболеваемости в стране коронавирусной инфекцией, и повлиявшие на сокращение рабочего времени или полного закрытия ряда предприятий в стране.

Однако, этот же показатель в 2021 году показал положительную динамику. Реальные денежные доходы населения выросли на 5,2%, на что повлияла, в первую очередь поддержка населения государством, в виде социальных выплат пенсионерам, военным и семьям с детьми в период пандемии.

Анализ денежных доходов населения Российской Федерации позволяет сделать вывод о том, что в период с 2016 по 2021 годы наблюдаются

положительные тенденции в динамике. Государство осуществляет поддержку населения страны в сфере финансов, индексируя заработные платы работников бюджетных сфер, пенсионные выплаты, а также осуществляя социальные выплаты семьям с детьми. Данные меры положительно влияют, как на рост показателей экономики, так и благосостояние населения страны в целом.

СПИСОК ЦИТИРУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Нешитой А.С. Финансы и кредит: Учебник / А.С. Нешитой. – 7-е изд., стер. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 338 с.
2. Кудина М.В Экономика: учебник / М.В. Кудина. – М.: ИД «ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. – 368с.
3. Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397> (дата обращения 09.01.2023).
4. Александрова Л.А., Портнова Л.В. Оценка тенденций и прогнозирование основных показателей финансов населения России. В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы развития государственной статистики в современных условиях. Сборник докладов Международной научно-практической конференции: в 2 томах. Саратовстат, Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2020. С. 40-42.
5. Методы моделирования и прогнозирования экономики: учебное пособие / Л. В. Золотова, Е. В. Лаптева, Л. В. Портнова. - Оренбург: ООО "ИПК Университет", 2017. - 215с.

УДК 336.01

Сетевые финансы: различные подходы к понятию и их особенности

К. Н. Куценко, студент

*Научный руководитель: Л. В. Портнова, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В статье рассмотрены различные подходы к понятию «сетевые финансы». Обозначены особенности данной экономической категории. Раскрыты характеристики сетевых ресурсов, а также произведено сравнение сетевых и несетевых финансов.

Ключевые слова: сетевые финансы, несетевые финансы, финансовая глобализация, интернет-сделки.

Annotation. The article discusses various approaches to the concept of "network finance". The features of this economic category are indicated. The characteristics of network resources are disclosed, and a comparison of network and non-network finances is made.

Keywords: network finance, non-network finance, financial globalization, Internet transactions.

В настоящее время продолжает происходить глобализация во всех сферах, не исключением стало и финансовое направление. Благодаря процессу финансовой глобализации появляется новая экономическая категория «сетевые финансы». Существует несколько видов финансов (рис. 1).

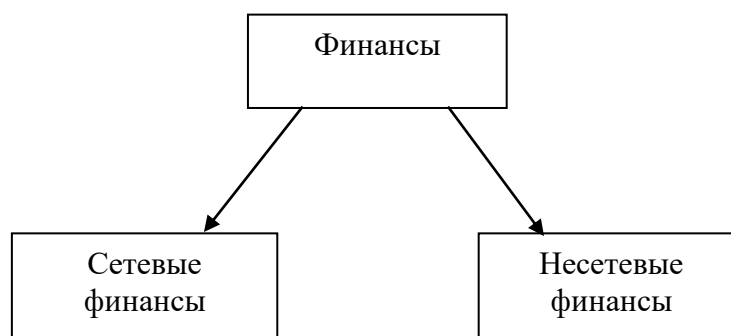


Рисунок 1 – Виды финансов

Сетевые от других отличаются тем, что они становятся фундаментом для развития принципиально нового контента для совершенствования услуг и продуктов. Они вмещают в себя огромный объем и разнообразие новых различных площадок, доступ к продуктам и ресурсам бирж и финансового сектора. Благодаря сети они способствуют развитию новых возможностей, удобному использованию, ускорению различных видов деятельности [3]. Сетевые финансы имеют новые характеристики, которые отличаются от имеющих у традиционных учреждений финансового сектора, но также они могут расширить возможности классических форм клиентского обслуживания и связей.

Существуют много трактовок понятия «сетевые финансы», например, в западных странах выделяют четыре основных отличающих друг от друга толкования (табл. 1).

Таблица 1

Четыре западных позиции о сетевых финансах [2]

№	Позиция	Акцент
1	Альтернативные финансовые сети, на базе Интернет, в которых обращаются криптовалюты	На Интернет и его коммуникации могут выпускать электронные деньги всемирной паутине
2	Механизмы глобального господства организаций в финансовой сфере	На денежный капитал и его контрольной функции
3	Частные компании, которые сформировали связи и имеют интересы в определенном регионе или сфере деятельности.	На локальных финансовых рынках, секторе банков и бирж
4	Кредитное творчество и распространение шоков финансовыми учреждениями.	На кредитнотворческой функции денег, эффекте мультипликатора финансовых рынков и эффекте домино при банкротствах и дефолтах.

Сетевые финансы – это финансовые отношения, возникшие между участниками, объединенными в сеть, которые связаны между собой денежными

обязательствами и используют для достижения целей сетевые, цифровые, компьютерные технологии.

Сетевыми финансами, по-другому, называют пространство, где происходит реализация показателей финансовых отношений. Финансовая сеть же – это цифровая среда, которая решает задачи. Из этого можем сделать вывод что категория «сетевые финансы» шире понятие «финансовые сети» и охватывает больше параметров и характеристик [1]. Сетевые финансы имеют несколько особенностей, отраженных на рисунке 2.

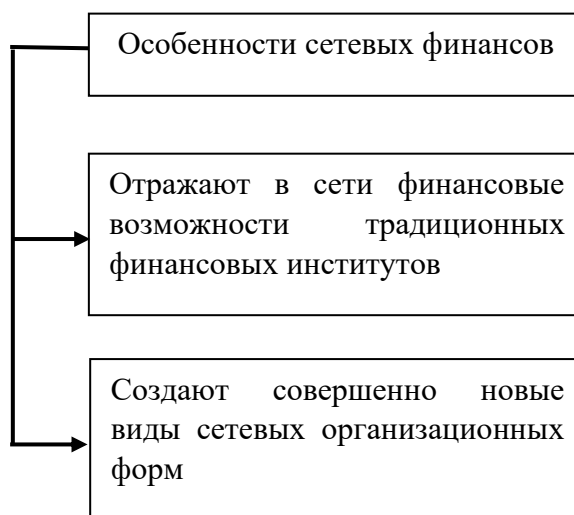


Рисунок 2 – Особенности сетевых финансов

Появление сетевых финансов способствует различным метаморфозам в финансовой культуре общества. Главной характеристикой обозначалось изменение в направлении развития и взаимодействия, все стало стремиться к универсальным характеристикам. Произошло распространение по территориям, отдаленных от самого банка, смена направления развития, с урбанистическим устремлением к универсальным, расположенным в горизонтальном плане и распространенным по территории, часто далеким от местоположения банков, и вскоре финансовые поля смогли охватить большую часть жителей регионов.

Главными характеристиками сетевых ресурсов являются их интерактивность и возможность многоуровневой реализации запросов клиентов (рис. 3).

Первоначально сетевые финансы были вторичны по отношению к несетевым, но в настоящее время всё наоборот, онлайн-финансы – это создатель новых услуг, несуществующих в оффлайн формате, традиционные организации просто не могут их создать и произвести [5].

Онлайн-финансы успешно работающего традиционного института - это продолжение его успешной деятельности только в сетях. Потенциал финансовой организации её значимости и информацию о оффлайн-деятельности нёс Интернет, в качестве рекламной функции.



Рисунок 3 – Главные характеристики сетевых ресурсов: интерактивность и возможность реализации запрос клиентов [4]

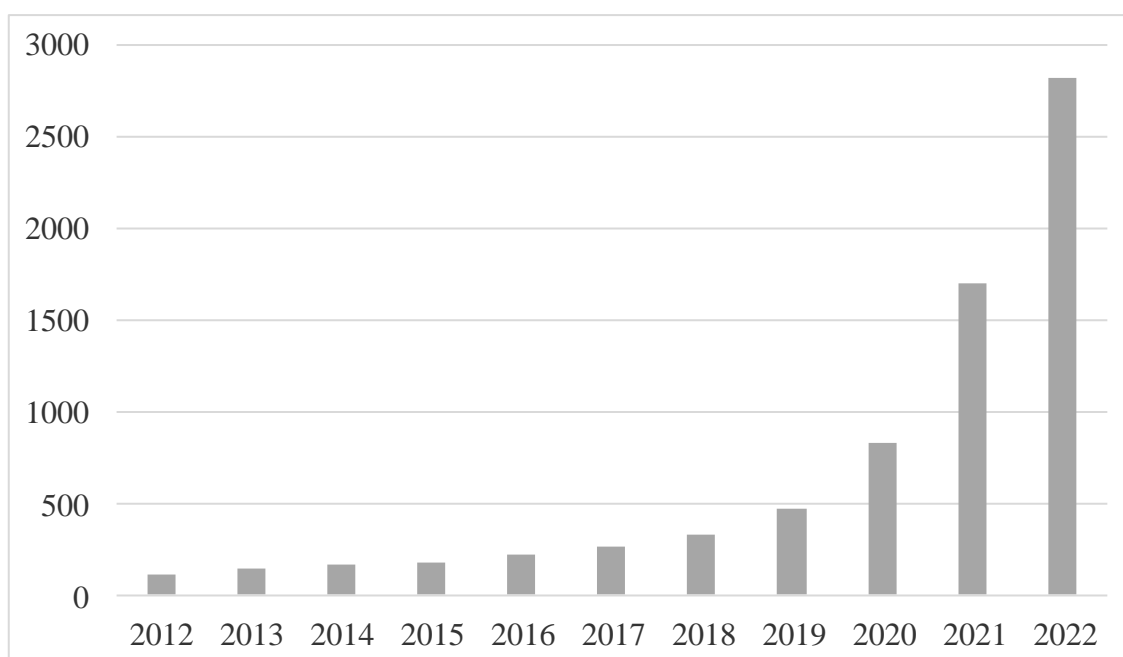


Рисунок 4 - Динамика количества Интернет-заказов 2012-2022 гг., млн./шт.

Интернет меняет традиционные сети организаций, меняет их местоположение и клиентскую базу, а также выводит новую продукцию и формы взаимоотношений. По мере развития торговли в Интернете все менялось, Интернет-сделки всё больше втягивали коммерческие организации в активную сетевую среду.

На рисунке 4 представлена динамика количества Интернет-заказов, и можно сделать выводы, что в исследуемый период наблюдается увеличение

интернет-заказов, что позволяет отметить рост популярности сетевых финансов [6].

Финансовые коммуникации, которые появились только в сети, дали совершенно иное развитие Интернет-финансам, ведь некоторые формы такой коммуникации не могут существовать вне сети или есть в принципиально другом формате. Онлайн был особым полем офлайна и продолжением его деятельности, как дополнение, но с возникновением биткоина сетевые финансы увеличили свое влияние на содержание финансовых ресурсов.

Сейчас же онлайн-финансы становится определяющим звеном в развитии финансовых организаций. Выход в сеть стал самым быстрым путем выхода клиента на рынок, но общество еще не покидает скептический подход к клиентам сетевого сегмента. Организации, выбравшие сеть как фундамент своей деятельности, доверяют, пользуются и ориентируются на её возможности, организуют финансовые процессы в соответствии с новыми новациями.

Эволюции интернет-сделок определены тенденциями развития сетевых финансовых коммуникаций, которые формируют появление технологически модернизированных товаров и сервисов. В результате изменений финансового сектора существует реальная угроза для ликвидации бумажных обращений в финансовых операциях.

Таким образом, благодаря глобализации и цифровизации экономического процесса возникло новое понятие «сетевые финансы». Новая категория имеет много трактовок и представляет собой сеть обращений финансовых капиталов. Сетевые финансы стали новым этапом развития финансового сектора, а также толчком для создания совершенно новых товаров, услуг и сервисов.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ключников И.К., Молчанова О.А. *Финансы. Сценарии развития. Учебник. М: Юрайт, 2016. 217 с.*
2. Кравченко, Ю. О. Интернет-банкинг: современный вид сетевых финансовых отношений / Ю. О. Кравченко. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2018. № 49 (235). С. 363-365. URL: <https://moluch.ru/archive/235/54567/>
3. Кудряшов, В. С. Интернет-банкинг в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития / В. С. Кудряшов, Е. О. Загоскина // *Juvenis scientia*. 2017. № 4. С. 27-31.
4. Золотова Л.В., Портнова Л.В. Особенности финансовой грамотности населения России в отношении страховых и других финансовых услуг. В сборнике: *Цифровая экономика - образованию и науке Союзного государства Беларуси и России. Сборник статей Международной заочной научно-практической конференции. Редколлегия: А.Б. Елисеев, И.А. Маньковский (гл. ред.) [и др.]. 2020. С. 165-168.*
5. Караганова, О. С. Сетевые финансы как финансы новых технологических возможностей / О. С. Караганова, Е. В. Бабкина / 2018. № 31. С. 10-12. EDN MJQMLJ.
6. Официальный сайт Первого в России агентства, специализирующегося на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и других интернет-рынков. Режим доступа: https://datainsight.ru/eCommerce_2022

Финансы населения Оренбургской области в условиях экономической нестабильности

Н.А. Неясова, студент

*Научный руководитель: Л.В. Портнова, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Финансы населения являются важной составляющей системы финансов. Основной проблемой формирования финансов населения являются кризисные явления в экономике, поэтому для проведения исследования был взят период с 2015 по 2021гг. Данный период интересен последствиями кризиса 2014г., связанного с введением экономических санкций и последующей инфляцией, и периодом пандемии с её последствиями для финансов населения в 2020г. и 2021г. В статье рассмотрена динамика показателей, характеризующих финансы населения Оренбургской области. Рассмотрена структура доходов и расходов населения Оренбуржья.

Ключевые слова: Россия, Оренбургская область, население, доходы, расходы.

Abstract. Public finances are an important component of the financial system. The main problem in the formation of the population's finances is the crisis in the economy, therefore, the period from 2015 to 2021 was taken for the study. This period is interesting for the consequences of the 2014 crisis associated with the introduction of economic sanctions and subsequent inflation, and the pandemic period with its consequences for the population's finances in 2020. and 2021 The article considers the dynamics of indicators characterizing the finances of the population of the Orenburg region. The structure of incomes and expenses of the population of Orenburg region is considered.

Keywords: Russia, Orenburg region, population, income, expenses.

Важнейшим показателем экономики страны являются финансы населения, в частности региона.

Для наглядного представления динамики реальных располагаемых денежных доходов населения [1], в процентах к предыдущему году составлен рисунок 1.

На рисунке 1 отражено ежегодное снижение реальных располагаемых денежных доходов населения в среднем на 2,4%.

Анализируя рисунок 2, заметно снижение доходов в 2016 г. по сравнению с 2015г., обусловленное началом кризиса, но последующие годы демонстрируют улучшение ситуации стабильный рост показателей.

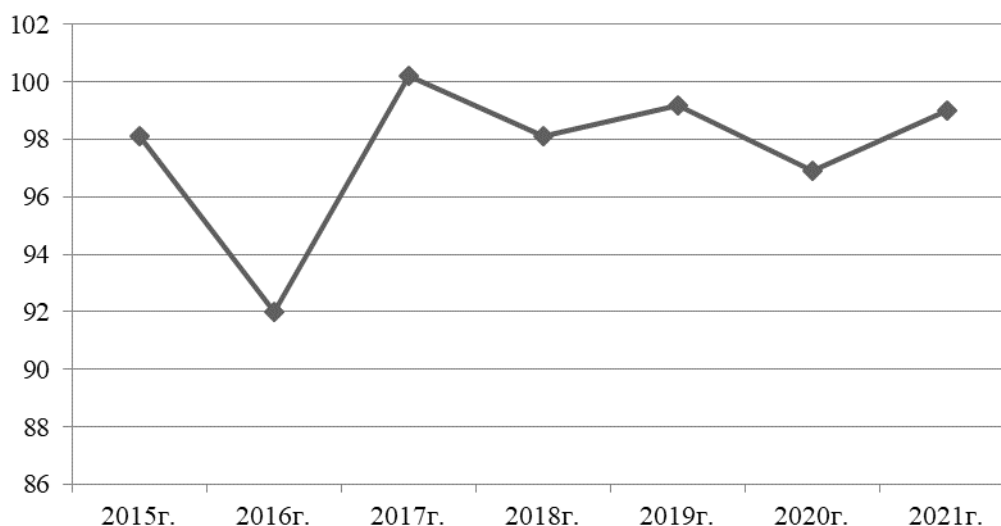


Рисунок 1- Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения, в процентах к предыдущему году

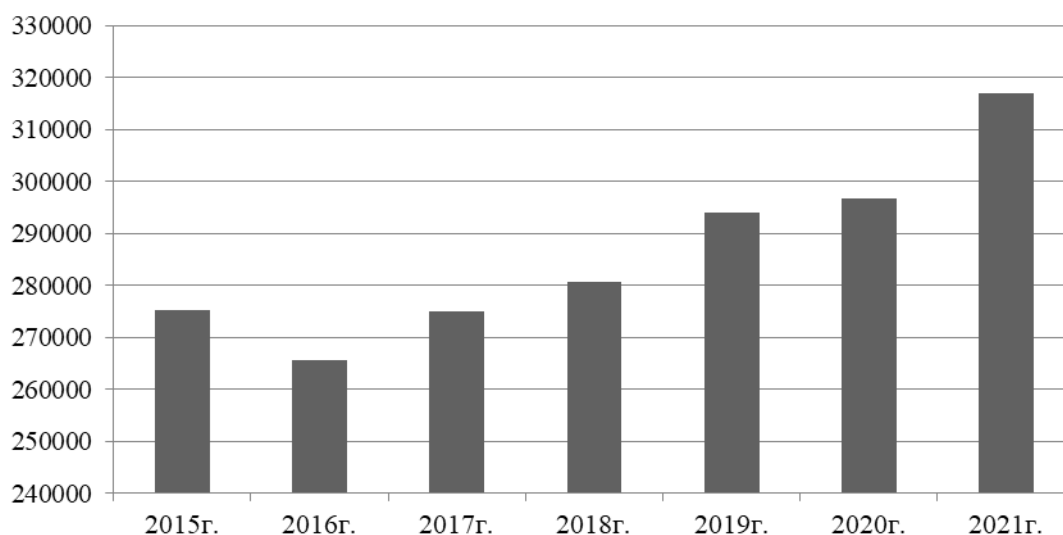


Рисунок 2- Среднедушевые денежные доходы населения, руб.

Динамика расходов населения Оренбургской области [2] представлена в таблице 1.

По данным таблицы 2 можно сказать, что наблюдается увеличение количества покупок товаров и оплаты услуг населением на 14,9 % в 2021г. по сравнению с 2020г.

В среднем за анализируемый период прирост составлял 4%. Заметно снижение денег на руках населения на 43,6% в 2021г. по сравнению с 2020г. Хотя в среднем за анализируемый период данный показатель был стабилен.

Таблица 1

Динамика расходы населения Оренбургской области, млн, руб.

Показатели	2015г.	2020г.	2021г.	Изменение в 2021 г. по сравнению с 2020 г., %	Изменение в среднем за 2015-2021 гг., %
Денежные расходы и сбережения - всего, в том числе:	550066	578670,4	613020,1	105,9	100,9
покупка товаров и оплата услуг	407594	454742,9	522449,6	114,9	104,2
обязательные платежи и разнообразные взносы	70933	83577,4	87339,5	104,5	103,5
приобретение недвижимости	10315,2	12812,8	13458,7	105,0	104,5
прирост финансовых активов	61223,8	27537,3	-10227,7	-37	х
из него прирост денег на руках у населения	22432,1	40896,2	23069,6	56,4	100,5

Структура расходов населения в 2015г. представлена на рисунке 3. Наибольший удельный вес имеют расходы на покупку товаров и оказание услуг – 74,1%, а наименьший – на приобретение недвижимости – 1,9% [3].

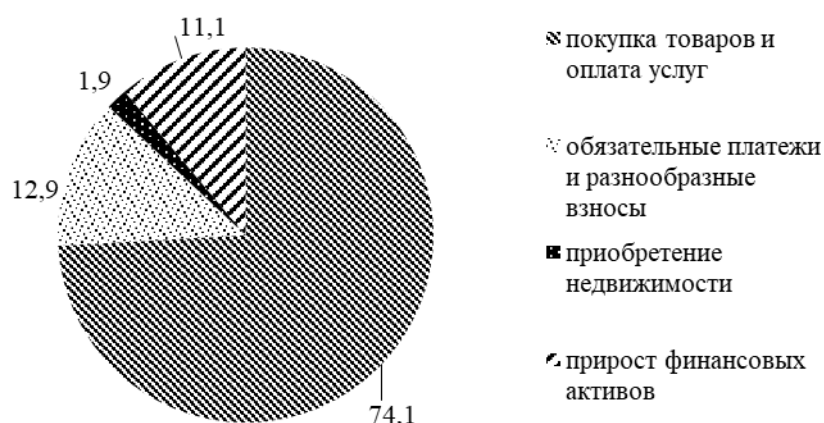


Рисунок 3 – Структура расходов населения Оренбургской области в 2015 г.

Структура расходов населения в 2021г. представлена на рисунке 4.

По рисунку 4 видно, что наибольший удельный вес имеет показатель покупка товаров и оплата услуг 85,2% [4]. В 2021 г. по сравнению с 2015г. доля данного показателя в структуре расходов населения возросла на 11,1%. Наблюдается значительное снижение доли прироста финансовых активов на 12,8% в 2021 г. по сравнению с 2015г. Доля обязательных платежей и разнообразных взносов в 2021 г. в сравнении с 2015г. возросла на 1,4%.

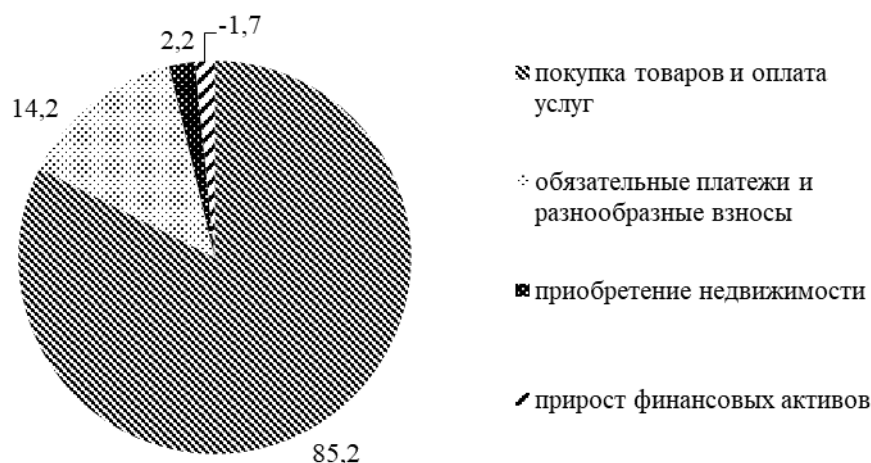


Рисунок 4 – Структура расходов населения Оренбургской области в 2021 г.

Анализ показал стабильный рост доходов населения, за исключением 2016 г. и 2020 г. по причине кризисных явлений. Крупной проблемой является низкий уровень финансовой грамотности, которая тормозит экономический рост [5]. При относительно стабильном росте доходов наблюдается ежегодное снижение доли финансовых активов. Возрастает доля покупок товаров и услуг, а также обязательных платежей. Необходимо уделять большее внимание финансовой грамотности граждан, создать меры поддержки.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Статистический ежегодник Оренбургской области. 2021: Стат.сб./Оренбургстат. – Оренбург, 2021. – 471 с.
2. Оренбургская область в цифрах. 2022: Крат.стат.сб./Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области – Оренбург, 2022. – 130 с.
3. Золотова Л.В., Портнова Л.В. Анализ структуры и динамики финансовых индикаторов уровня жизни российских домохозяйств. В сборнике: Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. сборник научных трудов Двенадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной 110-летию РЭУ им. Г.В. Плеханова. Оренбургский филиал РЭУ им.Г.В.Плеханова. 2017. С. 57-67.
4. Alexandrova L.A., Lapteva E.V., Ogorodnikova E.P., Portnova L.V., Kolodijajnaia A.U. INNOVATIONS OF ELECTRONIC PAYMENTS IN THE BANKING SECTOR OF THE RUSSIAN ECONOMY. В сборнике: European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS. International Scientific Conference dedicated to the 80th anniversary of Turkayev Hassan Vakhitovich. Kh. I. Ibragimov Complex Research Institute. 2020. С. 1304-1310.
5. Семина Е.Р., Портнова Л.В. Финансовая грамотность населения России в отношении использования банковских услуг. В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях. Сборник XIII Международной студенческой научно-практической конференции. Волгоград, 2021. С. 244-248.

Лизинг для малого и среднего бизнеса

Э.А. Савина, студент

*Научный руководитель: О.О. Дроботова, к.э.н., доцент
Волгоградский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Аннотация. Статья посвящена исследованию рынка лизинга в разрезе малого и среднего бизнеса. Для лучшего понимания происходящих процессов в этой сфере были выявлены причины, обуславливающие необходимость организаций такого уровня прибегать к лизинговым операциям. Сравнение условий лизинга для МСП и крупного бизнеса позволило определить существующие проблемы в сфере лизинга для малых и средних предприятий.

Ключевые слова: лизинг, предмет лизинга, МСП, государственная программа, финансирование МСП.

Abstract. The article is devoted to the research of leasing market in the context of small and medium-sized businesses. For better understanding of the processes taking place in this sphere, the reasons which condition the necessity for organizations of this level to resort to leasing operations have been identified. Comparison of leasing conditions for SMEs and large businesses allowed to identify existing problems in leasing for small and medium-sized enterprises.

Keywords: leasing, leasing subject, SMEs, government program, SME financing.

Именно малые и средние предприятия могут создать рабочие места и насытить рынок конкурентоспособной продукцией. Большая доля населения России связана с малым бизнесом. Но, предпринимательская деятельность требует достаточно крупных денежных вложений. Особенно остро данный вопрос стоит на начальных этапах, когда развитие собственного производства только начинается. Поэтому большая проблема малого бизнеса – нехватка собственных оборотных средств и начального капитала, что ещё усложняется труднодоступностью банковского финансирования, из-за чего лизинг может стать отличной альтернативой.

В современных условиях прибегнуть к лизинговым сделкам предприятия вынуждает ряд причин.

Во-первых, лизинг - это реальный способ быстрого открытия и расширения бизнеса при недостатке или отсутствии внешнего финансирования. Лизинговые сделки позволяют компаниям обновить основные фонды, довести производственную базу до конкурентоспособного уровня, расширить автопарк и многое другое с меньшим финансовым бременем. В связи с этим пропадает необходимость единовременно аккумулировать и изымать из оборота денежные средства на приобретение имущества. Одним словом, лизинг –

удобный и полезный инструмент финансирования инвестиций для малого и среднего бизнеса.

Во-вторых, классическая схема инвестиционного банковского финансирования является неэффективной по ряду причин, связанных как с экономическими преимуществами лизинга, так и с тем, что банки предъявляют жесткие требования к представителям малого бизнеса и среднего бизнеса. За пределами Москвы банки склонны к работе с крупными организациями, чем с МСП, что приводит к значительному удорожанию финансирования МСП и более высоким процентным ставкам. Ещё одной проблемой является то, что банки опасаются работать с предприятиями малого бизнеса, аргументируя это нестабильностью положения, нечеткостью их бухгалтерского учета и, чаще всего, отсутствием должного объема залоговой стоимости имущества [1].

Всё вышеперечисленное ещё раз подтверждает мысль о том, что малому и среднему бизнесу выгодно обращаться к услугам лизинговых компаний. Чтобы убедиться в этом, достаточно обратиться к статистике деятельности организаций в сфере финансового лизинга (рис. 1).

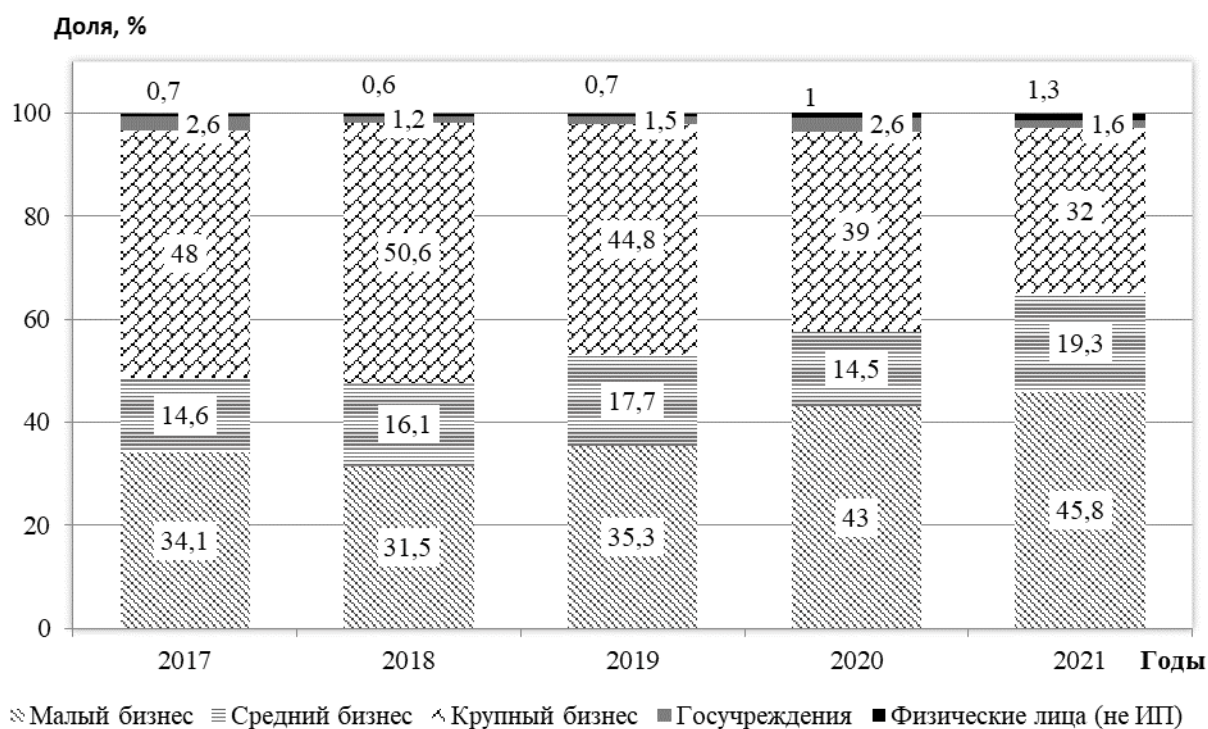


Рисунок 1 – Распределение объёма (суммы договоров) сделок лизинга по типам лизингополучателей, % [2]

Данные рисунка 1 указывают на то, что большую долю по объёмам лизинга, начиная с 2019 года, занимает, именно, малый и средний бизнес, суммарно 53 %. Причём мы наблюдаем положительные темпы роста данного показателя. Так, в 2021 году объём сделок лизинга по сравнению с 2020 годом в абсолютном значении увеличился на 7,6 %, а по сравнению с 2017 – на 16,4 %.

Для более подробного анализа поднятой темы, рассмотрим какие игроки-лизингодатели предоставляют свои услуги МСБ (табл. 1).

Как можем заметить по данным таблицы 1, лидирующие позиции занимает «Газпромбанк Лизинг». Такую же строчку в топе оно держит и в общем рейтинге лизинговых компаний. Из этого можно сделать вывод о том, что найти лизингодателя для МСП не составит большого труда: большинство лизинговых компаний, работающих с крупными компаниями, предлагают свои услуги и МСБ.

Таблица 1

Рейтинг лизинговых компаний по объёму сделок в разрезе видов оборудования, млн. руб. [2]

Вид оборудования	Наименование лизинговой компании	Объем стоимости имущества за 9 месяцев 2022 года, млн. руб.
Грузовой автотранспорт	АО «Газпромбанк Лизинг» (ГК)	71489
Легковой автотранспорт		62218
Строительная и дорожно-строительная техника		37674
Сельскохозяйственная техника и скот	АО «Росагролизинг»	32902
Железнодорожная техника	АО «СБЕРБАНК ЛИЗИНГ» (ГК)	12673

Говоря о сильных сторонах лизинга для МСП, важно отметить, что эта сфера является сферой особого внимания государства, так как помогает решать многие вопросы, связанные с безработицей, с содействием конкуренции и инновационному прогрессу. Этим и объясняется активная поддержка МСП в последние годы. Разработанные меры поддержки сделали эту услугу ещё более привлекательной. Так, меры поддержки АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» не обошли стороной и сферу лизинга. Для этого даже была создано дочернее общество Корпорации – АО «МСП Лизинг», ставящее своими целями:

- кратное увеличение объемов льготной лизинговой поддержки (в том числе за счет привлечения внебюджетного финансирования),
- повышение качества клиентского сервиса и скорости рассмотрения лизинговых заявок за счет развития кабинета клиента на Цифровой платформе МСП.РФ, автоматизации процесса рассмотрения заявок и оптимизации бизнес-процессов лизинговой компании [3].

Проведём сравнительный анализ условий предоставления лизинга для МСП, реализуемых в рамках государственной программы, и условий лизинга для крупного бизнеса (табл. 2).

Данные таблицы 2 указывают на то, что сфера лизинга оборудования малого бизнеса, для которой действует государственная программа, ограничена и не столь разнообразна, как для крупного. Поэтому представители малого бизнеса, не входящие в сферу обрабатывающих производств, сталкиваются с проблемами в получении льготного лизинга. Для решения описанной проблемы с марта 2023 г. начала действовать ещё одна программа, с расширенным перечнем ОКВЭД [3]. Теперь организациям в сфере туризма, медицины, науки, спорта, ИТ, креативной индустрии тоже доступен льготный лизинг. Но, как

правило, за менее строгие условия нужно платить, поэтому ставка удорожания для таких видов бизнеса куда выше (ключевая ставка ЦБ + 6-7%).

Таблица 2

Сравнение условий лизинга для МСП и крупного бизнеса

Критерии сравнения	Условия лизингового договора	
	Для МСП [3]	Для крупного бизнеса [4]
Ставка удорожания	От 1,94% до 4,61%.	5,72 – 7,74 %.
Требования к предмету лизинга	- Новое, не приступившее к эксплуатации иностранное и отечественное оборудование; - станки, приборы, устройства, аппараты и технологические линии, размещаемые в помещении или на земельном участке; - не финансируется в рамках программы: а) водные и воздушные суда, авиационная техника; б) оборудование для оптовой и розничной торговли; в) транспортные средства, самоходные машины и другие виды техники, на которые оформляется ПТС / ПСМ, а также навесное и прицепное оборудование к указанным видам техники; г) подвижной состав железнодорожного транспорта.	Любое оборудование.
Сумма финансирования	- От 500 тыс. до 50 млн руб. ; - максимальная сумма финансирования одного лизингополучателя - не более 200 млн рублей.	От 100 тыс. до 20 млн руб.
Срок договора	От 13 до 84 месяцев.	От 6 до 60 месяцев.
Требования к лизингополучателям	- Юридическое лицо или ИП, присутствующее в Едином реестре субъектов МСП; - получение поручительства от физических лиц, которые являются учредителями/ акционерами/ участниками лизингополучателя и совокупно владеют 51% и более доли или акций лизингополучателя; - период операционной деятельности должен составлять не менее 12 месяцев. Если срок меньше, требуется финансовый поручитель со сроком операционной деятельности не менее года; - цель приобретения оборудования и вид деятельности относятся к сфере обрабатывающих производств.	- Срок существования бизнеса от 6 мес./ 1 год; - отсутствие долгов по налогам, получение регулярной прибыли; - все отрасли.
Аванс лизингополучателя	0% от стоимости предмета лизинга при наличии поручительства региональной гарантийной организации, в остальных случаях – от 10%.	От 10 до 49 %.

Проблемой лизинга для МСП может выступить и следующий факт. Согласно законодательству, лизингополучатель обеспечивает сохранность предмета лизинга и осуществляет его техническое обслуживание за свой счет, а также осуществляет капитальный и текущий ремонт предмета лизинга [5].

Если оборудование дорогостоящее, то и ремонт может стать весомой статьёй расходов организации. Понятно, что это положение относится ко всем видам бизнеса, но в случае МСП сумма на ремонт может стать неподъёмной. А не произвести ремонт или отложить его на какой-то срок предприятие не сможет, так как на лизингополучателя возложена обязанность вернуть лизингодателю предмет лизинга в состоянии, в котором он был получен, с учетом нормального износа или износа, прописанного в договоре лизинга [5].

Наиболее оптимальным решением данной проблемы является страхование предмета лизинга. В этом случае есть два варианта заключения договора страхования: страхователем лизингового имущества может быть арендатор (лизингополучатель) или его собственник (лизинговая компания). Кардинальная разница отсутствует. В любом случае сумма страховки будет оплачена лизингополучателем, но в первом случае лизингополучатель платит страховую премию из собственных средств, во втором - расходы на страхование лизингодатель учитывает при формировании суммы лизинговых платежей. В некоторых случаях рациональнее, чтобы страхователем всё же был лизингодатель, так как он может быть наиболее привлекательным и надёжным клиентом для страховой компании, а это, в свою очередь, в лучшую сторону повлияет на условия договора о страховании.

Итак, лизинг оборудования для малого и среднего бизнеса может быть выгодным способом обеспечить предприятие нужной материально-технической базой. Во многом финансовая аренда оказывается более выгодной, чем банковский кредит для малого и среднего бизнеса, однако и обладает некоторыми недостатками. Прежде чем сделать окончательный выбор, предпринимателю стоит провести необходимые расчеты сравнительной эффективности источников финансирования, объективно оценить свои возможности по уплате лизинговых платежей и выбрать наиболее оптимальный вариант расширения основных фондов.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лизинг для малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс] // Balti-GRAND. URL: <https://www.balti.ru/information/articles/44.htm> (дата обращения: 20.03.2023)
2. Советкина, З. Рынок лизинга по итогам 2021 года: новый рубеж [Электронный ресурс] / 3. Советкина, Р. Коршунов, А. Сараев // Эксперт| РА. – 2022. URL: <https://www.raexpert.ru/researches/leasing/2021/> (дата обращения: 17.03.2023)
3. Официальный сайт Корпорации МСП [Электронный ресурс]. URL: <https://corpmsp.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. (дата обращения: 15.03.2023)
4. Лизинг для юридических лиц и ИП [Электронный ресурс] // развивай.рф. URL: <https://развивай.рф/leasing?leasingAdvance=30&leasingCost=5000000&leasingSubject=equipment&leasingTerm=24&sort=category%2CDESC> (дата обращения: 20.03.2023)
5. Федеральный закон от 29.10.1998 № 164-ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)" [Электронный ресурс] // ГАРАНТ. URL: <https://base.garant.ru/12113492/> (дата обращения: 20.03.2023)

Экономические и нормативные основы планирования средств на оплату труда в казенных учреждениях

*О. В. Цицилина, студент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В данной статье рассматриваются основы планирования средств на оплату труда в казенных учреждениях. Раскрывается понятие казенного учреждения, различия в финансировании деятельности по формам учреждений, а также виды выплат и порядок начислений и удержаний. На основе изучения законодательства РФ рассматривается документальное оформление и учет расчетов по оплате труда в бюджетных организациях.

Ключевые слова: система оплаты труда, финансирование за счет средств, соответствующего бюджета, казенное учреждение, бюджетный кодекс.

Annotation. This article discusses the basics of planning funds for labor remuneration in state institutions. The concept of a state-owned institution, the differences in the financing of activities by the forms of institutions, as well as the types of payments and the procedure for accruals and deductions are revealed. Based on a study of the legislation of the Russian Federation, the paperwork and accounting of payroll calculations in budget organizations is considered.

Keywords: remuneration system, financing at the expense of the corresponding budget, state institution, budget code.

Доходами бюджета являются период становления и развития отношений на рынке, что определяется основополагающим источником обеспечения финансами учреждений для оказания государственных и муниципальных услуг.

Предпосылкой финансирования государственных учреждений является развитие экономики, повышение к расходной части бюджета и потребность информации для оценки эффективности деятельности.

Казенное учреждение – государственное и муниципальное учреждение, которое осуществляет оказание государственных и муниципальных услуг, а также выполнение работ и исполнение государственных и муниципальных функций для обеспечения реализации полномочий органов государственной власти или органов местного самоуправления.

Казенными предприятиями являются государственные унитарные предприятия, создаваемые собственником имущества и не наделенные правом собственности на предоставляемое им имущество. На праве собственности имущество унитарного предприятия принадлежит субъекту Российской Федерации или муниципальному образованию.

Права собственника имущества унитарного предприятия осуществляют органы государственной власти и органы местного самоуправления Российской Федерации.

Федерации, а также органы государственной власти субъекта Российской Федерации, установленной актами, определяющими статус этих органов.

В Федеральном законе № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» прописано, что все государственные и муниципальные учреждения будут делиться на три типа: автономные, бюджетные и казенные.

Отличием казенного учреждения от бюджетного учреждения являются доходы казенного учреждения от приносящей доход деятельности, которые поступают в доходы бюджета.

Казенному учреждению устанавливается муниципальное задание на оказание услуг.

В казенном учреждении проводят операции с бюджетными средствами через лицевые счета, которые открывают в финансовом органе муниципального образования.

Второе отличие бюджетного учреждения от казенного - доходы от приносящей доход деятельности, поступающие в распоряжение бюджетных учреждений для достижения целей оптимизации расходов и повышению эффективности деятельности учреждения.

Бюджетное учреждение осуществляет финансовое обеспечение деятельности в соответствии с планом финансово-хозяйственной деятельности на очередной финансовый год и на плановый период, а у казенных учреждений на основании бюджетной сметы, в котором указаны статьи и суммы затрат учреждения [1, 4].

Рассмотрим различия в финансировании деятельности по формам учреждений, которые представлены в таблице 1.

При формировании проекта бюджета на очередной финансовый год, бюджетное учреждение формирует проект Плана на основании планируемых объемов субсидий, бюджетных инвестиций и расходов на проведение мероприятий.

Расходы бюджетного учреждения по средствам, полученные на оказание муниципальных услуг (выполнение работ) осуществляются без предоставления документов, подтверждающих возникновение денежных обязательств.

Санкционирование расходов, полученные в форме субсидий бюджетных инвестиций осуществляется после проверки документов и соответствия кодам классификации операций сектора государственного управления и целям предоставления субсидии.

Одной из наиболее значимых статей расходов является статья, связанная с оплатой труда. Данная статья занимает наибольший удельный вес в составе расходов казенных организаций. С ней также связана такая статья, как отчисления на социальные нужды.

Различия в финансировании деятельности по формам учреждений

Показатель сравнения	Тип учреждения	
	Казенное	Бюджетное автономное
Направления деятельности	Государственные или муниципальные услуги	Услуги в целях осуществления полномочий органов государственной власти и местного самоуправления
Способ финансирования	За счет средств бюджета	На основе финансирования государственного или муниципального задания
Форма финансирования	Бюджетная смета	Субсидии на выполнение задания
Учет иных доходов в процессе финансирования	Иные доходы учитываются при определении объема финансирования	Размер субсидии не зависит от иных доходов
Распределение доходов от приносящей доход деятельности	Поступают в бюджет бюджетной сметы РФ	Поступают в самостоятельное распоряжение учреждения

Фонд оплаты труда формируется за счет:

- размеров субсидий, предоставленных федеральным бюджетным учреждениям на возмещение нормативных затрат, связанных с оказанием государственных услуг, выполнением работ, объемов средств;
- объемов средств государственных внебюджетных фондов, направленных на возмещение затрат учреждений на оказание медицинских услуг, и средств, поступающих от приносящей доход деятельности. Система оплаты труда должна быть зафиксирована в коллективных договорах, соглашениях, локальных нормативных актах учреждений (например, в положениях об оплате труда, о стимулирующих и компенсационных выплатах, о премировании работников и т. д.), также локальных актах прописывают размеры окладов и выплат, условия их предоставления.

В Положении «Об установлении систем оплаты труда работников федеральных бюджетных, автономных и казенных учреждений» прописывают, что система оплаты труда является законодательной базой в казенном учреждении.

Зарплата работника характеризуется:

1. Вознаграждением за труд;
2. Величиной и условием выплаты вознаграждения, которая устанавливается соглашением сторон или законодательством;
3. Правами и обязанностями по выплате зарплаты, возникающих из факта заключения трудового договора.

Элементом государственного управления зарплатой являются государственные гарантии по оплате труда работников.

В систему государственных гарантий по оплате труда работников входят:

- минимальный размер оплаты труда в Российской Федерации, установленный федеральным законом и не может быть ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения;

- величина минимального размера тарифной ставки (оклада) работников организаций бюджетной сферы в РФ;

- меры, обеспечивающие повышение уровня содержания заработной платы;

- ограничение перечня удержаний и размеров вычетов из заработной платы;

- своевременная выплата заработной платы.

Оплата труда работников включает в себя:

- должностные оклады;

- вознаграждение за труд в зависимости от квалификации, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы;

- компенсационные выплаты (доплаты и надбавки компенсационного характера, в том числе занят698ому на тяжелых работах, работах с вредными и (или) опасными и иными особыми условиями труда, за работу в местностях с особыми климатическими условиями, за работу в условиях, отклоняющихся от нормальных (при выполнении работ различной квалификации, совмещении профессий (должностей), сверхурочной работе, в ночное время и при выполнении работ в других условиях, отклоняющихся от нормальных, за работу в выходные и праздничные дни, за работу со сведениями, составляющими государственную тайну, их засекречиванием и рассекречиванием, а также за работу с шифрами) [4];

- стимулирующие выплаты (доплаты и надбавки стимулирующего характера, премии и иные поощрительные выплаты) [4].

В Рекомендациях предполагается использовать базовые тарифные ставки, должностные оклады, ставки заработной платы, которые прописаны в положениях об оплате труда сотрудников учреждений по видам экономической деятельности, утверждаемые органами общегосударственной власти субъектов РФ и органами регионального самоуправления, не указывая их в положении об оплате труда сотрудников определенных систем. Должностной оклад, ставка заработной платы выполняют функцию минимальных гарантий при оплате труда работников бюджетных учреждений.

Казенные учреждения обязаны при установлении оплаты труда использовать федеральные законы и иные нормативные правовые акты. В Постановление Правительства РФ от 05.08.2008 № 583 «О введении новых систем оплаты труда работников федеральных бюджетных и казенных учреждений и федеральных государственных органов, а также гражданского персонала воинских частей, учреждений и подразделений федеральных органов

исполнительной власти прописано, что законом предусмотрена военная и приравненная к ней служба, оплата труда которых осуществляется на основе Единой тарифной сетки по оплате труда работников государственных учреждений.

Государственные учреждения должны учитывать Единые рекомендации по установлению систем оплаты труда работников на федеральном, региональном и местном уровнях, финансируемых из определенных бюджетов.

При изменении новых систем оплаты труда должны учитывать:

- виды выплат компенсационного и стимулирующего характера;
- положения об оплате труда работников казенных учреждений по видам экономической деятельности, утверждаемые государственными органами и учреждениями.

Размеры и условия осуществления выплат стимулирующего характера для всех категорий работников учреждений устанавливаются коллективными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами на основе формализованных показателей и критериев эффективности работы, измеряемых качественными и количественными показателями.

Ежемесячная надбавка к окладу денежного довольствия за выслугу лет на службе и за квалификационное звание представлена в таблице 2 [5].

Таблица 2

Надбавка к окладу денежного довольствия за выслугу лет на службе и за квалификационное звание

Надбавка за стаж		Надбавка за звание	
Стаж	%	Звание	%
2 - 5 лет	10	Специалист 1 класса	20
5 - 10 лет	15	Специалист 2 класса	10
10 - 15 лет	20	Специалист 3 класса	5
15 - 20 лет	25	Звание мастера	30
20 - 25 лет	30		
25 лет и более	40		

Организация, в том числе казенное учреждение характеризуется соответствующим типом организационной структуры и в свою очередь, предполагает дифференциацию их выполняемых функций и решаемых задач. А в соответствии с этим и заработной платой, включающая все стимулирующие и компенсационные выплаты дифференцируется очевидно [2].

Заработная плата руководителя бюджетного учреждения, а также их заместителей и главного бухгалтера состоит из должностного оклада, выплат компенсационного и стимулирующего характера, а также по численности персонала бюджетной организации [4].

Размеры и условия осуществления выплат стимулирующего характера устанавливаются руководителем конкретного бюджетного учреждения. Должностной оклад руководителя определяется трудовым договором

(дополнительным соглашением к трудовому договору) и устанавливается в размере, не превышающем размера средней заработной платы работников учреждений, относящихся к основному персоналу по видам экономической деятельности.

Численность работников за выходные и нерабочие праздничные дни приравнивается к численности за рабочий день, предшествовавший выходным или нерабочим праздничным дням. В этом случае при расчете учитываются работники, работающих на полную ставку, которых работодатель учитывает в таблице учета рабочего времени.

Средняя численность не полных занятых работников за текущий месяц определяется путем деления отработанных человеко-дней на число рабочих дней в отчетном периоде по производственному календарю. Полученную численность работников, работающих на условиях полного рабочего времени, складывают с численностью работающих на условиях неполного рабочего времени.

Должностные оклады заместителей руководителя и главного бухгалтера учреждения устанавливаются работодателем на 10 – 30 % ниже должностного оклада руководителя учреждения [3].

Другие условия оплаты труда работников устанавливаются коллективными договорами и локальными актами учреждений. Выплаты компенсационного характера устанавливаются в процентах к должностным окладам для руководителя учреждения, их заместителей и главного бухгалтера. При установлении руководителям учреждений выплат стимулирующего характера главные распорядители средств федерального бюджета, в ведении которых находятся учреждения, вправе централизовать до 5% лимитов бюджетных обязательств, предусмотренных на оплату труда работников [3].

При планировании средств в казенном учреждении необходимо исходить из экономической сущности заработной платы, как стимулирующего фактора. Однако, учитывая особенности деятельности казенных учреждений, разработана система нормативных документов, регламентирующих компенсационные и стимулирующие выплаты. В их число входят ведомственные документы специально принятые для системы МВД.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лазарева О.С. *Временная ориентация внутрифирменного планирования // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Сборник научных трудов Двенадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной 110-летию РЭУ им. Г. В. Плеханова. Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова. 2017. С. 6-11;*

2. Лазарева О.С. *Формирование организационных структур управления промышленных предприятий // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Оренбург, 2000 г.;*

3. Приказ Минздравсоцразвития России от 08.04.2008 № 167н «Об утверждении Порядка исчисления размера средней заработной платы для определения размера должностного оклада руководителя федерального бюджетного учреждения»;

4. Приказ МВД России от 13 июля 2019 г. № 480 «Вопросы оплаты труда гражданского персонала органов, организаций и подразделений системы МВД России»;

5. Приказ МВД России от 31 марта 2021 г. № 181 «Об утверждении Порядка обеспечения денежным довольствием сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации».

УДК 338

Развитие инструментов оперативного контроллинга денежных потоков и затрат

*А.Е. Варивончик, студент магистратуры
Научный руководитель: Антипенко Н.А., к.э.н., доцент
Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Республика Беларусь*

Аннотация. В статье рассматривается необходимость трансформации и совершенствования аналитического инструментария оперативного контроллинга денежных потоков субъектов хозяйствования с целью достижения устойчивого развития и экономического роста. Активное применения методов контроллинга позволяет своевременно оценить возможные риски и избежать негативных последствий в бизнесе. Оптимизация управления затратам и синхронизация денежных потоков с помощью инструментов контроллинга позволит компаниям минимизировать негативные последствия внешних факторов в условиях неопределенности.

Ключевые слова: контроллинг, инструменты, денежный поток, бизнес, методы.

Abstract. The article considers the need for transformation and improvement of analytical tools for operational controlling of cash flows of business entities in order to achieve sustainable development and economic growth. The active use of controlling methods allows you to assess possible risks in a timely manner and avoid negative consequences in business. Optimization of cost management and synchronization of cash flows using controlling tools will allow companies to minimize the negative effects of external factors in conditions of uncertainty.

Keywords: controlling, tools, cash flow, business, methods.

Контроллинг — это система управления предприятием, которая обеспечивает достижение целей организации и улучшение ее эффективности путем планирования, координации и контроля всех бизнес-процессов. Дорофеев М.Л. и Ангеловская А.А. отмечают, что «оперативный контроллинг денежных потоков - это систематический анализ и контроль за денежными потоками компании в режиме реального времени, с целью обеспечения своевременной оплаты расходов и контроля за поступлением доходов». Батищева Е.А. указывает, что оперативный контроллинг денежных потоков позволяет предотвращать проблемы с ликвидностью, устранять причины

задержек в платежах, выявлять и предотвращать недостачи и факты хищений. Оперативный контроллинг денежных потоков осуществляется на основе данных бухгалтерского учета и операционных отчетов, а также с помощью использования специализированных программных средств, которые автоматически анализируют и контролируют денежные потоки. Он является важным инструментом финансового управления и позволяет компаниям оперативно реагировать на изменения в экономической ситуации и принимать правильные управленческие решения.

Оперативный контроллинг денежных потоков включает в себя ряд инструментов, которые помогают своевременно выявлять и анализировать изменения в денежных потоках компании и принимать необходимые меры для улучшения финансовой устойчивости [1, с.45].

Инструменты оперативного контроллинга денежных потоков - это конкретные средства, используемые для сбора, обработки и анализа информации о денежных потоках компании. Это могут быть программы для автоматизации учета и отчетности, банковские выписки, кассовые книги и т.д. Методы оперативного контроллинга денежных потоков - это система приемов и действий, которые позволяют реализовывать контроль и управление денежными потоками компании. Это могут быть методы управления кредитами, методы управления дебиторской задолженностью, методы анализа финансовых результатов, методы управления запасами и т.д.

Таким образом, инструменты оперативного контроллинга - это конкретные средства, которые используются в рамках методов оперативного контроллинга для достижения заданных целей. Методы оперативного контроллинга - это более общие подходы и стратегии, которые позволяют эффективно управлять денежными потоками компании [2, с.52].

Электронные таблицы и программы учета - такие как Microsoft Excel, могут использоваться для создания таблиц и расчетов, отслеживания денежных потоков, учета расходов и доходов, а также формирования бухгалтерских отчетов. Банковские выписки (документы, которые содержат информацию о движении денежных средств на счетах компании в банке) могут быть использованы для отслеживания поступления и расходования средств на счетах компании, а также для сравнения с бухгалтерскими записями и обнаружения ошибок. Эти инструменты помогают компаниям отслеживать и контролировать свои денежные потоки, предоставляя актуальную информацию для принятия решений по управлению денежными потоками и оптимизации работы с деньгами [3, с.39].

Методы оперативного контроллинга денежных потоков представляют собой систему инструментов и действий, которые позволяют управлять денежными потоками компании и осуществлять их контроль в режиме реального времени. Они помогают бизнесу оптимизировать использование финансовых ресурсов и сокращать издержки, а также принимать оперативные решения на основе актуальных данных. Одним из методов оперативного

контроллинга денежных потоков является мониторинг банковских счетов. Бухгалтер компании ежедневно проверяет движение денежных средств на всех счетах и оперативно реагирует на любые изменения. Этот метод позволяет быстро определить задержки в оплате клиентов, контролировать выплаты поставщикам и предотвращать возможные финансовые риски.

Еще одним методом является система управления кассовыми операциями. Она предусматривает детальную учетную запись всех кассовых операций, которые проходят через кассы компании. Это позволяет контролировать расходы, следить за остатками наличных денег, а также предотвращать возможные финансовые мошенничества. Также существует метод оперативного контроля платежей. В рамках этого метода бухгалтер компании следит за своевременностью оплаты поставщикам и отслеживает просроченные платежи. Это позволяет быстро реагировать на возможные задержки и избегать штрафных санкций.

Кроме того, к методам оперативного контроллинга денежных потоков относятся системы управления расходами и системы прогнозирования финансовых потоков. Первые позволяют управлять расходами компании, а вторые — прогнозировать поступления и расходы в будущем на основе данных о текущих денежных потоках. Все эти методы оперативного контроллинга денежных потоков помогают бизнесу более точно контролировать свои финансовые потоки, принимать взвешенные решения и максимально эффективно использовать свои финансовые ресурсы.

В современных условиях оценка и прогноз финансового состояния компании является необходимым компонентом инвестиционного менеджмента бизнес-субъектов. Прогнозирование в современных условиях связано с неопределенностью внешних и внутренних факторов. В настоящее время данный процесс требует системного подхода и тщательного изучения внешних и внутренних факторов в хозяйственной деятельности любого предприятия.

Условно можно выделить три группы факторов, напрямую влияющих на прогнозирование и результат хозяйственной деятельности предприятия в любой отрасли

1. Макроэкономические тенденции – состояние экономики в целом, развитие технологий и инноваций, социальные исследования. Сбор такой информации необходим для формирования собственных стратегий.

2. Микроэкономические тенденции – информация о состоянии в отрасли, социальное состояние общества, и, по возможности финансовое положение конкурентов.

3. Информация о развитии коммерческой организации – объем производства (реализации товаров), прибыль, рентабельность, рост производительности труда и т.п.

Инструментами прогноза данных процессов служат: сбор информации, анализ, выстраивание своей стратегии с учетом состояния и прогнозирования в условиях неопределенности.

Нестабильность финансового состояния компании создает всё новые источники неопределённостей, которые влияют на качество прогнозирования. Необходимо изучать данные источники и быть в курсе изменений в законодательстве и состоянию рынка как в целом, так и по исследуемой отрасли.

В современных условиях для достижения экономического роста и устойчивого развития топ-аналитики применяют технологию контроллинга и бюджетирования, что повышает управление оборачиваемостью складскими запасами, запасами сырья, и позволяет оптимизировать затраты на производство. Система бюджетирования и контроллинга позволяет проводить анализ данных и оценивать предложения поставщиков, делая выбор в пользу более качественного и выгодного, делая товар более привлекательным для потребителя, чем у конкурентов [4, с.51].

В быстро меняющейся рыночной среде предприятия сталкиваются с различными рисками, такими как операционный риск, финансовый риск и др. Предприятия имеют сильное влияние риска благодаря управлению бюджетом, бизнес-анализу и другим формам долгосрочных и краткосрочных идентификация, оценка и отчет о рисках, а затем для каждой точки контроля рисков создание соответствующей системы управления рисками, финансовыми рисками и бизнес-рисками для комплексного предотвращения и контроля за ними. Ключом к успешному контролю общих затрат предприятия является контроль над эксплуатационными расходами, которые напрямую связаны с основными расходами операционной прибыли предприятия. Теоретически существует положительная корреляция между операционными затратами и операционным доходом, поэтому ключом к контролю за операционными затратами является уменьшение диапазона операционных затрат. Снижение эксплуатационных расходов при условии обеспечения качества продукции - это вызов для предприятий и ключ к успеху. Оптимизация управления затратами является одним из ключей для предприятий к победе в конкуренции, и очень важной частью стратегического менеджмента. Уровень операционной эффективности каждого субъекта хозяйствования зависит от качества и уровня управления. Скорость оборачиваемости активов является основным показателем эффективности работы предприятия. Вообще говоря, чем выше скорость оборачиваемости активов, тем короче время от формы актива, чтобы принести пользу предприятию, и тем выше эффективность использования активов; в противном случае - эффективность использования активов хуже. Мера скорости оборачиваемости активов, обычно с использованием индекса оборачиваемости активов. Важно в условиях неопределённостей адекватно планировать дальнейшую деятельность компании с учётом внешних и внутренних факторов. Турбулентность экономики и неопределенность развития субъектов хозяйствования значительно усложняет процесс выработки и принятия управленческих решений, что может привести к отрицательным результатам деятельности бизнеса. Таким образом, в условиях риска компании

должны эффективно функционировать, преодолевая расширение степени неопределенности во внешней среде.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Антипенко, Н.А. Ключевые показатели для системного VBM-анализа и моделирование деятельности в условиях неопределенности / Н.А. Антипенко // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2022. – № 9. – С. 45-50.
2. Антипенко, Н.А. Применение системы бюджетирования для достижения стратегических целей компании / Н.А. Антипенко // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2022. – № 12. – С. 51-55.
3. Бусыгин, Д.Ю. Практические аспекты определения барьерных значений экономических показателей / Д.Ю. Бусыгин // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2020. – № 5. – С. 39-43.
4. Бусыгин, Д.Ю. Формирование управленческой отчетности в условиях цифровизации бизнес-процессов / Д.Ю. Бусыгин // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2022. – № 3. – С. 50-54.

УДК 657.1

Понятие, классификация и анализ дебиторской задолженности организации

Т.С. Куванова, студент

*Научный руководитель: С.Н. Коршикова, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация: В статье рассматриваются понятие и классификация дебиторской задолженности. Определены подходы к определению для более широкого понятия «Дебиторская задолженность». Объясняется необходимость контроля за состоянием задолженности.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, определение, классификация, дебиторы, оборотные активы.

Abstract: The article discusses the concept and classification of accounts receivable. Approaches to the definition of the broader concept of "Accounts receivable" are defined. The need to monitor the state of debt is explained.

Keywords: accounts receivable, definition, classification, debtors, current assets.

В финансово-хозяйственной деятельности организации осуществляются расчеты с внешними и внутренними контрагентами, часть из которых дебиторы: покупатели готовой продукции, заказчики работ и услуг, поставщики, получившие авансы, налоговые органы, в случае переплаты налогов, учредители по взносам в уставный капитал, работники организации, являющиеся подотчетными лицами, и т.д. Задолженность, которую должны организации -дебиторы, называют дебиторской задолженностью.

Дебиторская задолженность - категория, которая используется в разных сферах, что привело к трактовке термина с нескольких точек зрения, так, можно выделить юридический, бухгалтерский, экономический и налоговый подход (таблица 1) [3].

Таблица 1

Подходы к определению дебиторской задолженности

Источник	Определение
Юридический подход	
Гражданский кодекс РФ	«В силу обязательства одно лицо (должник) обязано совершить в пользу другого лица (кредитора) определенное действие, как-то: передать имущество, выполнить работу, оказать услугу, внести вклад в совместную деятельность, уплатить деньги и т. п., либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности»
Бланк И. А.	«Дебиторская задолженность — это сумма задолженности в пользу компании, которая представлена финансовыми обязательствами юридических и физических лиц по расчетам за товары, работы, услуги»
Бухгалтерский подход	
План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий и Инструкция по его применению: утв. приказом Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94н	Дебиторская задолженность- задолженность других лиц (организаций, предпринимателей, работников, физических лиц) перед данным хозяйствующим субъектом, отражение которой в бухгалтерском учете выражено, как имущество организации (имущественное право). Отражается на счетах бухгалтерского учета: 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками», 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками», 71 «Расчеты с подотчетными лицами», 68 «Расчеты по налогам и сборам» и др.
Бочаров В. В.	«Дебиторская задолженность — это комплексная статья, включающая расчеты: с покупателями и заказчиками; с дочерними и зависимыми обществами; с участниками (учредителями) по взносам в уставный капитал; по выданным авансам; с прочими дебиторами»
Пятов М. Л.	«Дебиторская задолженность — это отраженные на счетах расчетов обязательства перед предприятием сторонних лиц — покупателей, работников, займополучателей, бюджета»
Экономический подход	
Ефимова О. В., Мельник М. В.	«Дебиторская задолженность представляет собой вложение и способ расширения продажи в кредит с целью увеличения объема реализации и собственного капитала»
Безруких П. С.	«Дебиторская задолженность — это входящие в состав активов организации ее имущественные требования к другим юридическим и физическим лицам, являющимся ее должниками»
Налоговый подход	

<p>-Налоговый кодекс РФ; -п. 2 ст. 266 НК РФ; -Письмо Минфина России от 16.06.2021 № 03-03-06/1/47424); -Егорова И.С.; -Жминько С.И.</p>	<p>Дебиторская задолженность – сама по себе объектом налогового учета не является, до момента признания долга, нереального к взысканию и списанию. В этом случае «дебиторская задолженность» уже превращается в расход. Дебиторская задолженность признается безнадежной – при ликвидации организации или окончании срока исковой давности.</p>
--	---

Обобщая данные таблицы 1 можно сделать следующие выводы:

- понятие дебиторской задолженности с юридической точки зрения фокусируется на правоотношениях, возникающих между сторонами;
- бухгалтерская позиция концентрирует свое внимание на источниках возникновения и порядке формирования задолженности;
- с точки зрения экономического подхода - дебиторская задолженность рассматривается как элемент краткосрочного кредитования.

Поскольку дебиторская задолженность является неотъемлемой частью любой организации и ее величина влияет на финансовую устойчивость компании, контролю и управлению дебиторской задолженностью необходимо уделять достаточно внимания. Первым шагом к управлению дебиторской задолженностью является ее обоснованная классификация (Рисунок 1).

Для учета дебиторской задолженности можно выделить следующие задачи:

- проверки правильности заполнения первичных документов на отгрузку продукции, выполнение работ, оказание услуг;
- прогноз и обеспечение своевременных поступлений дебиторской задолженности;
- недопущение платежей покупателями и заказчиками, и, следовательно, образование просроченной дебиторской задолженности;
- контроль долгов;
- инвентаризация задолженности и составления актов сверки.

Дебиторская и кредиторская задолженность несет в себе наличие обязательств между сотрудниками, подрядчиками и заказчиками, контролирующими органами, организацией и поставщиками, которые регулируются Гражданским кодексом РФ; Трудовым кодексом РФ и налоговые обязательства, регулируемые Налоговым Кодексом РФ. В этой связи для хозяйствующих субъектов ее можно классифицировать в соответствии с нормами правового регулирования (таблица 2) [1].

Согласно пункту 11 ПБУ 10/99 «Расходы организации», в бухгалтерском учёте суммы долгов, нереальных для взыскания, признаются прочими расходами [2].

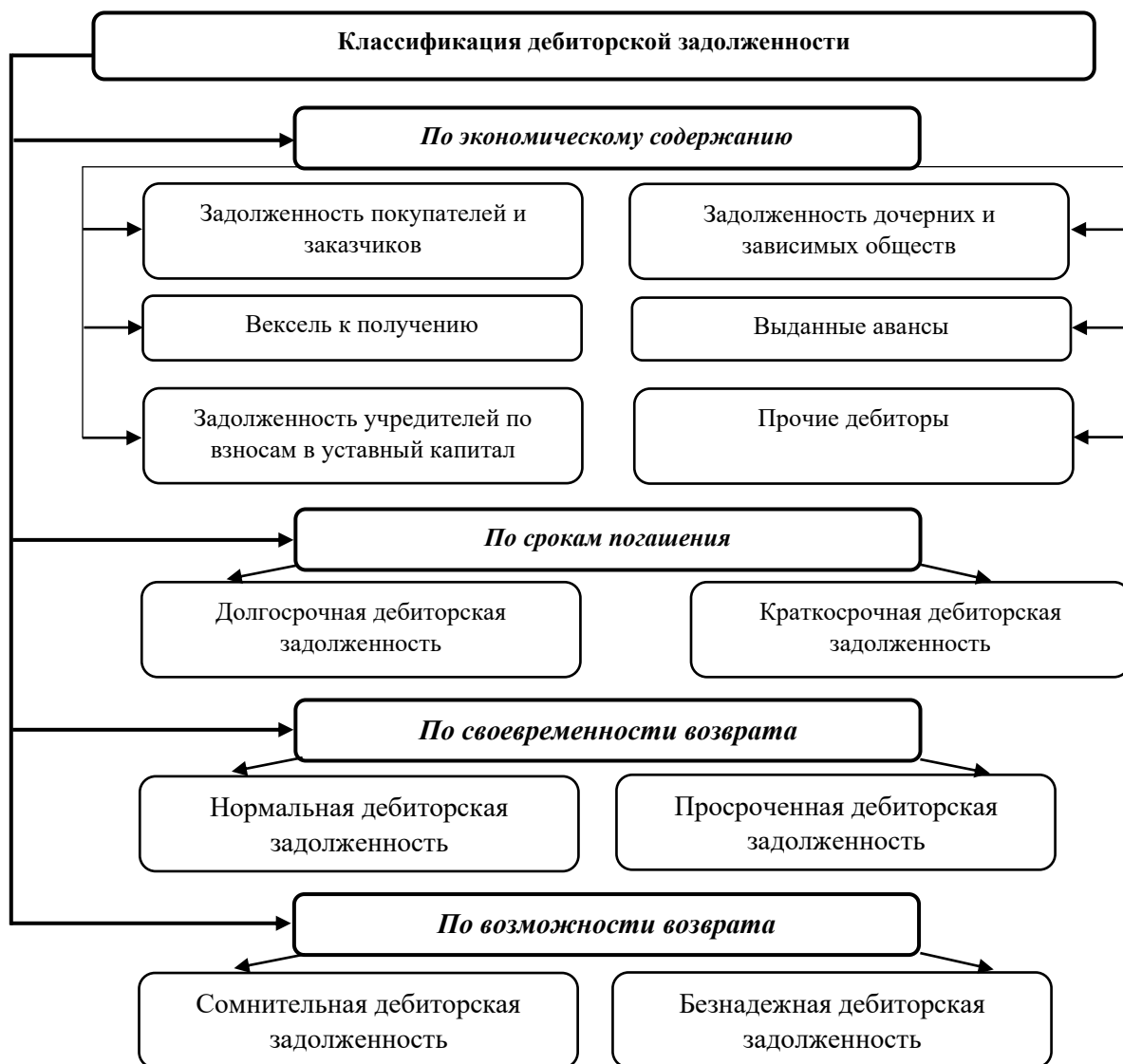


Рисунок 1 – Классификация дебиторской задолженности

Таблица 2

Группировка дебиторской задолженности в соответствии с нормами законодательства

Виды обязательств	Нормы законодательства
Счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» Счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» Счет 66, 67 «Расчеты по кредитам и займам»	Гражданский кодекс РФ
Счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» Счет 71 «Расчеты с подотчетными лицами» Счет 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям»	Трудовой кодекс РФ
Счет 68 «Расчеты по налогам и сборам» Счет 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению»	Налоговый кодекс РФ

Для того, чтобы уменьшить сумму задолженности, увеличить эффективность и платёжеспособность организации, организациям необходимо

оптимизировать дебиторскую задолженность. Можно рекомендовать такие мероприятия как:

1. Постоянно контролировать состояние расчётов с покупателями, особенно по отсроченным задолженностям;

2. При заключении договоров должны быть чётко оговорены условия и сроки оплаты, в случае просрочки оплаты включить штрафные санкции;

3. Еженедельная отчётность о проделанной работе по взысканию долгов руководству;

4. Разработка условий предоставления коммерческого кредита.

Данные мероприятия по совершенствованию учёта и контроля дебиторской задолженности помогут предприятию эффективно управлять дебиторской задолженностью. Также они дают возможность руководителю определиться с будущими поступлениями, для своевременного погашения кредиторской задолженности.

Рассмотрим дебиторскую задолженность на примере ООО «Газпром межрегионгаз Оренбург» (Таблица 3)

Таблица 3
Краткосрочная дебиторская задолженность ООО «Газпром межрегионгаз Оренбург»
тыс.руб.

Наименование показателя	2021г		2020г		2019г	
	Сумма	%	Сумма	%	Сумма	%
Задолженность покупателей и заказчиков всего, в т.ч	3382624	97,81	3457078	97,77	2957337	97,24
Задолженность населения за газ	1099677	31,80	1194538	33,78	962048	31,63
Задолженность прочих покупателей за газ	2233935	64,59	2209956	62,50	1936695	63,68
Расчеты по претензиям	49012	1,42	52584	1,49	58594	1,93
Авансы выданные	3049	0,09	3804	0,11	2357	0,08
Задолженность по приобретенным правам требования	22627	0,65	22700	0,64	27553	0,91
Прочая всего, в т.ч.	50153	1,45	52176	1,48	54073	1,78
Расчеты с бюджетом в т.ч:	20121	0,58	20978	0,59	17339	0,57
<i>НДС</i>	1	0,00	1	0,00	1	0,00
<i>Налог на прибыль</i>	20120	0,58	20977	0,59	17338	0,57
Расчеты по сбору денежных средств с населения	4219	0,12	6403	0,18	5717	0,19
Расчеты по процентам по краткосрочному займу	2808	0,08	1683	0,05	-	0,00
Расчеты по договорам	112	0,00	21	0,00	37	0,00
Расчеты по услугам	3737	0,11	3535	0,10	7363	0,24

Расчеты по социальному страхованию и обеспечению	-	0,00	-	0,00	1020	0,03
Возмещение госпошлины	10822	0,31	9693	0,27	10787	0,35
Расчеты по возмещению расходов за откл./подкл.	4771	0,14	5814	0,16	9425	0,31
Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами	3563	0,10	4049	0,11	2385	0,08
Итого:	3458453	100	3535758	100	3041320	100

В целом, уменьшение дебиторской задолженности за проданный газ в 2021 году по сравнению 2020 годом связано в основном с оплатой задолженности за газ от населения и предприятий в сфере электроэнергетики, а также увеличение резерва по сомнительным долгам в бухгалтерском учете по теплоснабжающим организациям (ЖКХ).

Авансы выданные, отражаемые в составе краткосрочной дебиторской задолженности, отражены в НДС.

Крупнейшие дебиторы Общества в составе дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты, задолженность по которым на 31.12.2021 составляет более 1200000 тыс.руб., представлены в таблице 4.

Таблица 4
Крупнейшие дебиторы в составе краткосрочной дебиторской задолженности ООО «Газпром межрегионгаз Оренбург»

тыс.руб.

Наименование дебитора	2021г		2020г		2019г		Характер задолженности
	Сумма	%	Сумма	%	Сумма	%	
ООО «ЭнергоРесурс»	268196	21,65	260590	24,62	240418	26,73	Задолженность за газ, прочая
ПАО «Т Плюс»	187365	15,12	170647	16,12	166784	18,55	Задолженность за газ, прочая
МУП ЖКХ города Бузулука	180863	14,60	138622	13,09	66674	7,41	Задолженность за газ, прочая
АО «ГУ ЖКХ»	119933	9,68	119933	11,33	119933	13,34	Задолженность за газ, прочая
МУП «Жилкомсервис» г. Сорочинск	106150	8,57	90042	8,51	65635	7,30	Задолженность за газ, прочая
АО «МК ОРМЕТО-ЮУМЗ»	98957	7,99	98957	9,35	98947	11,00	Задолженность за газ, прочая
ООО «АККЕРМАНН ЦЕМЕНТ»	59900	4,83	52593	4,97	55856	6,21	Задолженность за газ
ООО «ТЭР»	56949	4,60	42471	4,01	35457	3,94	Задолженность за газ, прочая

АО «НЦЗ»	56780	4,58	24486	2,31	9443	1,05	Задолженность за газ
ООО «ИСК»	52268	4,22	-	0,00	-	0,00	Задолженность за газ
МУП «ОПТС» г.Орск	51668	4,17	60279	5,69	40191	4,47	Задолженность за газ
Итого:	1239029	100	1058620	100	899338	100	

По данным таблицы 4 крупнейшими дебиторами в 2021 году являются ООО «ЭнергоРесурс» – 21,65%, ПАО «Т Плюс» –15,12%, МУП ЖКХ города Бузулука – 14,60%. При большой дебиторской задолженности создается дефицит оборотных средств, это может привести к неспособности компании вести текущую деятельность, потере ликвидности и банкротству.

Рассмотрим состав и структуру оборотных активов за период 2019-2021гг. ООО «Газпром межрегионгаз Оренбург» в динамике (Таблица 5):

Таблица 5

Состав и структура оборотных активов ООО «Газпром межрегионгаз Оренбург»

Наименование показателя	2021 г.		2020 г.		2019 г.	
	Тыс.руб.	%	Тыс.руб.	%	Тыс.руб.	%
Запасы	2 536	0,09	10 890	0,38	7 244	0,32
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	2 536	0,09	10 890	0,38	7 244	0,32
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	65 072	2,40	68 617	2,36	60 512	2,71
Дебиторская задолженность	2 257 865	83,37	2 448 955	84,24	2 051 064	91,72
Дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течении 12 месяцев после отчетной даты, в том	2 257 865	83,37	2 448 955	84,24	2 035 399	91,02
Дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты,	-	-	-	-	15 665	0,70
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	342 997	12,67	354 803	12,20	-	-
в долговые ценные бумаги и займы, предоставленные на срок менее 12 месяцев	342 997	12,67	354 803	12,2	-	-
Денежные средства и денежные эквиваленты	5 104	0,19	3 027	0,10	86 313	3,86
Прочие	5 104	0,19	3 027	0,10	2 313	0,10
на расчетных счетах	-	-	-	-	84 000	3,76
Прочие оборотные активы	34 554	1,28	20 949	0,72	30 994	1,39
налоги, подлежащие вычету	33 462	1,24	20 484	0,70	30 374	1,36

платежи за предоставленные права на результаты интеллектуальной деятельности	1 092	0,04	465	0,02	620	0,03
Итого по разделу II	2 708 128	100	2 907 241	100	2 236 127	100

На основе расчетных данных следует, что основную долю в оборотных активах составляет дебиторская задолженность, в прошедшем периоде их доля была равна 84,24%, в отчетном периоде она сократилась до 83,37%, что является положительным. Значительно возросла доля денежных средств, что положительно сказывается на возможностях предприятия своевременно покрывать свои текущие обязательства.

Из таблицы 5 следует, что оборотные активы ООО «Газпром межрегионгаз Оренбург» увеличились на 472001,00 тыс.руб. по сравнению с 2019г. В большей степени отражено в следующих показателях: НДС – 4560,00 тыс.руб., Дебиторская задолженность – 206801,00 тыс.руб., Финансовые вложения – 342997,00 тыс.руб., что не скажешь о таких показателях как – Запасы и Денежные средства и денежные эквиваленты.

Дебиторская задолженность - это задолженность перед организацией со стороны других лиц, которая отражается в бухгалтерском учете как имущество организации, предназначенное для погашения.

Формирование дебиторской задолженности, ее существование как экономической категории в рыночной экономике объективно и объясняется двумя важными факторами:

- для организации-дебитора это бесплатный источник дополнительных оборотных средств;
- для организации-кредитора это возможность поддержания и расширения вторичного рынка сбыта своей продукции, работ и услуг.

Главной целью управления дебиторской задолженностью является оптимизация стоимости дебиторской задолженности и ускорение цикла оборота этих средств с целью повышения платежеспособности организации.

Анализ дебиторской задолженности включает комплекс взаимосвязанных вопросов, относящихся к оценке финансового положения предприятия. Потребность в этом возникает у руководителей соответствующих служб, аудиторов, проверяющих правильность отражения долгов дебиторов и задолженности кредиторам, у финансовых аналитиков кредитных организаций и инвестиционных институтов. Однако первоочередное внимание анализу долговых обязательств должны уделять менеджеры самой организации. Динамика дебиторской задолженности, интенсивность ее увеличения или уменьшения оказывают большое влияние на оборачиваемость капитала, вложенного в текущие активы, а, следовательно, на финансовое состояние предприятия. При анализе, кроме показателей баланса и приложений к нему,

используют данные аналитического учета, первичной документации и произведенных расчетов.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.12.2017).
2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 (утв. приказом Минфина РФ от 06.мая 1999 № 33н)
3. Аникина, Е. С. Теоретические аспекты дебиторской задолженности, её сущность и классификация / Е. С. Аникина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 2 (240). — С. 193-196. — URL: <https://moluch.ru/archive/240/55414/>
4. Коршикова С.Н. Контроль и управление дебиторской задолженностью через механизм автоматизированных систем / Вестник Академии знаний. 2022. № 49 (2). С. 138-142.
5. Коршикова С.Н. Учет, контроль, рефинансирование дебиторской задолженности / Естественно-гуманитарные исследования. 2022. № 40 (2). С. 400-404.
6. Отчетность ООО «Газпром межрегионгаз Оренбург» - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/7075096>

УДК 336.71

Совершенствование мониторинга кредитоспособности контрагентов – покупателей нефти, газа и нефтепродуктов

*А.Г. Тиханская, студент магистратуры
Научный руководитель: Н.А. Антипенко, к.э.н., доцент
Минский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Республика Беларусь*

Аннотация. С целью оптимизации мониторинга покупателями нефти, газа и нефтепродуктов своих обязательств по договорам обоснована необходимость разработки методики кредитоспособности компании в условиях применения цифровых технологий. Создание современной методологии экспресс-оценки кредитоспособности покупателей нефти, газа и нефтепродуктов, и определения максимально рекомендуемой суммы отгрузки с отсрочкой платежа позволит своевременно и оперативно осуществлять мониторинг кредитоспособности контрагентов.

Ключевые слова: внутренний кредитный рейтинг, кредитный контролер, кредитный лимит, просроченная дебиторская задолженность, срок отсрочки платежа, экспресс-оценка.

Abstract. In order to track the use by buyers of oil, oil products and oil products of their obligations under the contract, the development of a methodology for the company's creditworthiness on the terms of digital technologies is justified. Creation of modern methodologies for express assessment of the creditworthiness of

buyers, gas and funds, as well as determining the maximum recommended amount of shipment with a deferred payment with high accuracy and prompt monitoring of the creditworthiness of counterparties.

Key words: *internal credit rating, credit controller, credit limit, overdue accounts receivable, deferred payment period, express assessment.*

Мониторинг кредитоспособности компании во всех отраслях играет важную роль в устойчивом развитии субъектов хозяйствования. От адекватной оценки финансовой деятельности и кредитоспособности любого субъекта хозяйствования зависит возможность увеличения доходности и расширения бизнеса [1, с.18].

Под внутренним кредитным рейтингом понимается рейтинг контрагента, устанавливаемый на основе внутренних нормативно-методологических документов субъекта хозяйствования и отражает мнение о способности контрагента погашать обязательства и мнение о классе контрагента для Компании, выраженные с использованием рейтинговой категории.

Экспресс-оценка- процедура оценки кредитоспособности покупателей нефти, газа и нефтепродуктов, и определения максимально рекомендуемой суммы отгрузки с отсрочкой платежа.

Для проведения экспресс-оценки контрагентов необходимы финансовые показатели их деятельности, получаемые из следующих источников информации, заверенных независимым аудитором (при наличии), за последний отчетный год: отчет о финансовом положении и прилагаемые формы бухгалтерской отчетности [2, с.54].

Выделяется группа контрагентов с особыми условиями предоставления кредитного лимита, в отношении которых экспресс-оценка не проводится. Список контрагентов и порядок определения лимита определены законодательством Республики Беларусь.

Экспресс-оценка в отношении контрагентов, объявивших тендер на поставку нефти, газа и нефтепродуктов, проводится до принятия дочерним обществом решения об участии в тендере с целью определения целесообразности и условия участия.

Рассмотрим алгоритм определения внутреннего кредитного рейтинга покупателей нефти, газа и нефтепродуктов из числа резидентов Республике Беларусь.

Внутренний кредитный рейтинг присваивается покупателям нефти, газа и нефтепродуктов с целью расчета кредитного лимита для последующего заключения договора (сделки в рамках рамочного договора). Если контрагент готов внести 100% предоплату от суммы по предварительной цене или не менее 100% от суммы планируемой отгрузки по фиксированной цене, внутренний кредитный рейтинг для такого контрагента не определяется. С данным контрагентом заключается договор (сделка в рамках рамочного договора) с условием предоплаты.

Для рассмотрения вопроса о заключении договора (сделки в рамках рамочного договора) на условиях отсрочки платежа на основании предоставленных покупателем нефти, газа и нефтепродуктов документов, обозначенных выше, проводится экспресс-оценка кредитоспособности данного покупателя нефти, газа и нефтепродуктов.

На основе расчёта показателей каждому контрагенту присваивается количество баллов от 1 до 100 в соответствии с нормативными значениями.

Для каждого определены пороговые значения рейтинга контрагента, которые определяют группу кредитоспособности контрагента.

Кредитный лимит рассчитывается как произведение базы кредитного лимита и понижающего коэффициента [3, с.47].

Для каждого контрагента риск невозврата денежных средств зависит от его финансового состояния и деловой репутации. Для того чтобы учесть данный фактор при определении кредитного лимита, необходимо выбранную базу для расчёта кредитного лимита (наибольшее из показателей, описаны выше) умножить на понижающий коэффициент. Понижающий коэффициент вычисляется как отношение количества баллов контрагента к 100. Количество баллов контрагента – оценка по 100 балльной шкале финансового состояния и деловой репутации контрагента. На основе присвоенных контрагенту группы кредитоспособности и класса, а также рассчитанного кредитного лимита коллегиальный орган по управлению кредитными рисками принимает решение об одобрении кредитного лимита, запрашиваемого контрагентом. При этом кредитный лимит, рассчитанный в соответствии с данным методическим документом, имеет рекомендательный характер. Коллегиальный орган по управлению кредитным риском может принять решение об одобрении иной суммы кредитного лимита. Очень важно определить платежеспособный ли контрагент, то есть сможет ли вовремя он исполнить свои финансовые обязательства. В противном случае коммерческая безопасность компании гарантирована быть не может, то есть существенно повышается риск убытка, как следствие взыскание задолженности происходит в судебном порядке. С целью снижения риска потерь денежных средств вследствие неисполнения покупателями нефтепродуктов своих обязательств по договорам, нефти, газа и нефтепродуктов, и определения максимально рекомендуемой суммы отгрузки с отсрочкой платежа необходимо ежегодно проводить оценку кредитоспособности контрагентов. Если компания планирует регламентировать порядок, суммы и сроки предоставления отсрочки платежа, стоит принять к сведению два простых правила.

Первое правило–методика оценки кредитоспособности контрагента и определения лимита дебиторской задолженности должна быть максимально проста.

Второе правило – необходимо сразу определить тех контрагентов, кому в любом случае не будет предоставлена отсрочка платежа.

Это как правило не большие компании (индивидуальные предприниматели, либо компании с малой выборкой топлива.) для таких контрагентов мы можем предложить бизнес рассрочку от Белгазпромбанк. Когда банк перечисляет нам денежные средства за топливо, а потом Клиент в течение определенного времени отдает деньги банку. В данной ситуации клиент не платит проценты, ежемесячно за него компания оплачивает процент. Мы как продавец снижаем полностью риск возникновения дебиторской задолженности. Также в компании должен быть предусмотрен постоянный мониторинг за клиентами особенно которые работают на отсрочке платежа. Еженедельно необходимо отчитываться перед финансовым отделом по дебиторской задолженности. Если контрагент не оплачивает вовремя счет необходимо приостановить отпуск нефтепродуктов по топливным картам и направить ему уведомление о задолженности. Необходимо постоянно следить за реализацией контрагентов, вовремя ли они оплачивают счета. В случае низкой реализации и несвоевременной оплаты переводить его на предоплату [4, с. 44].

Правильное проведение оценки кредитоспособности на начальном этапе позволит снизить риски возникновения дебиторской задолженности и обеспечит заключение договоров с ключевыми платежеспособными клиентами.

Безграничный потенциал масштабируемой стратегии цифровизации может обеспечить уверенность, необходимую предприятиям, чтобы оставаться готовыми к конкурентной дифференциации и всегда быть способными к ней в эпоху, определяемую тем, насколько хорошо традиционные компании используют преимущества цифровых технологий и новейшие технологические достижения. Для субъектов хозяйствования непосредственные преимущества будут заключаться в следующем: повышение операционной эффективности; повышение производительности; создание новых возможностей для бизнеса; сокращение времени простоя; максимальное использование активов; сокращение затрат на жизненный цикл активов; повышение безопасности работников; усиление процессов продуктовых инноваций; лучшее понимание потребительского спроса [5, с.47].

В дополнении отметим, что в настоящее время существует ряд технологий, которые помогут обеспечить оперативное проведение мониторинга кредитоспособности субъектов хозяйствования, в том числе:

- 1) Искусственный интеллект, который позволяет автоматически принимать решения на основе большого количества данных, которые собирают производственные компании. Искусственный интеллект может анализировать все эти данные и принимать разумные решения на основе введенной информации.

- 2) Дроны и беспилотные транспортные средства – могут повысить производительность за счет сокращения числа работников, необходимых для выполнения рутинных задач, таких как перемещение транспортных средств по объекту.

3) Блокчейн. Преимущества блокчейна, включая неизменяемость, отслеживаемость и отсутствие посредников, могут обеспечить быстрый и эффективный способ записи и хранения данных.

4) Периферийные вычисления, которые помогают производителям преобразовывать огромные объемы данных, сгенерированных машиной, в данные, пригодные для применения, чтобы получать информацию для улучшения процесса принятия решений.

5) Прогнозная аналитика. Компании могут анализировать и использовать огромные объемы данных, которые они собирают из всех других источников данных, чтобы предвидеть проблемы и улучшать прогнозирование.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антипенко, Н.А. Экономика устойчивого развития: коллективная монография / Н.А. Антипенко [и др.]; Институт бизнеса Бел. гос. университета. Минск: ИВЦ Минфина, 2022. – 460 с.

2. Антипенко, Н.А. Диагностика финансового состояния как ключевой индикатор устойчивого развития / Н.А. Антипенко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2022. – № 10. – С. 51-55.

3. Бусыгин, Д.Ю. Аналитическая оценка ключевых методов анализа угрозы банкротства / Д.Ю. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2023. – № 1. – С. 42-49.

4. Бусыгин, Ю.Н. О влиянии факторных показателей прибыли на результирующий показатель, описываемых нечеткими множествами / Ю.Н. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2022. – №5. – С.41-47.

5. Бусыгин, Ю.Н. Оценка стоимости обыкновенной акции с нечетко заданным темпом роста дивидендов / Ю.Н. Бусыгин, Д.Ю. Бусыгин // Бухгалтерский учет и анализ. – 2022. – № 12. – С. 46-51.

УДК 332.87

Контроль доходов и расходов в управляющих компаниях ЖКХ

К.А. Черноусова, студент

*Научный руководитель: С.Н.Коршикова, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные аспекты, связанные с доходами и расходами управляющих компаний в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Рассмотрено понятие и специфика деятельности управляющих компаний, перечислены возможные направления расходования средств и источники их поступления, а также контролирующие субъекты. Сделаны выводы о деятельности управляющих компаний в сфере жилищно-коммунального хозяйства.

Ключевые слова: управляющая компания, жилищно-коммунальное хозяйство, доходы, расходы, прибыль, контроль

Annotation. This article discusses the main aspects related to the income and expenses of management companies in the field of housing and communal services. The concept and specifics of the activities of management companies are considered, possible spending directions and sources of their income, as well as controlling entities are listed. Conclusions are drawn about the activities of management companies in the field of housing and communal services.

Keywords: management company, housing and communal services, income, expenses, profit, control

В современных условиях ежегодно увеличивается численность городского населения, проживающего преимущественно в многоквартирных домах. Основная часть жителей крупных городов живет в многоквартирных домах.

Вместе с численностью городского населения растет и доля жилищного фонда в Российской Федерации (рис.1). За пятилетний период его доля выросла на 1,32%. Многоквартирные дома требуют надлежащего содержания, определенных ремонтных работ, а также необходимо благоустройство придомовой территории, чтобы поддерживать её в хорошем санитарном состоянии.

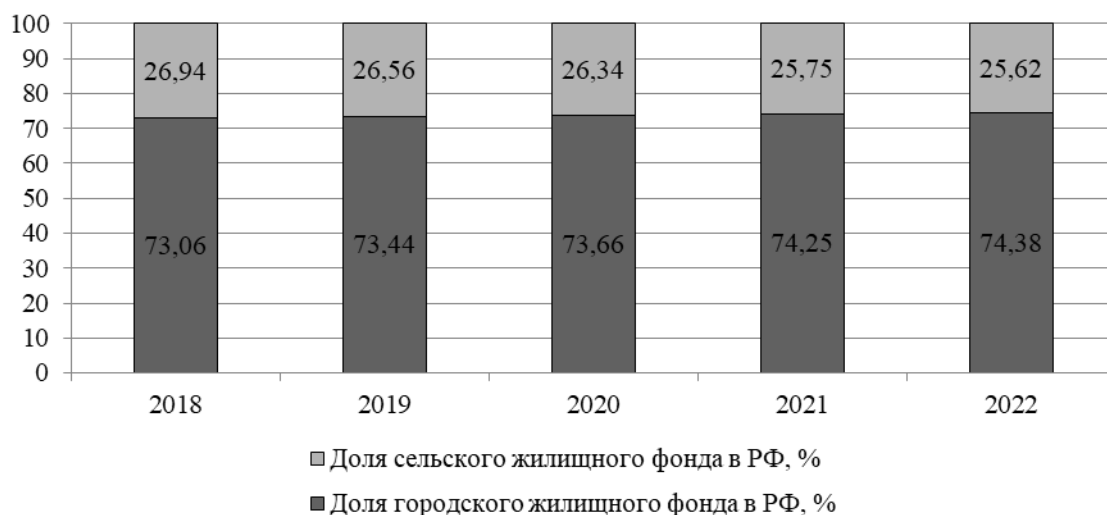


Рисунок 1 – Структура жилищного фонда Российской Федерации по территориальной принадлежности, %

Грамотное управление нацелено на обеспечение комфорта и безопасности жильцов, а также на предоставление им качественных коммунальных услуг. С этой целью осуществляется управление такими домами, как при помощи товарищества собственников жилья (ТСЖ), самими собственниками или управляющей компанией (УК).

По итогам 2022 года в России имеют лицензию 622,8 тыс. управляющих компаний в сфере жилищно-коммунального хозяйства.

Управляющая компания является юридическим лицом, которое обслуживает многоквартирные дома за определенную плату от собственников

жилых и нежилых помещений в данном доме. Любая управляющая компания имеет бюджет, который включает в себя доходы и расходы.

Данные организации отвечают за ремонт и обслуживание общего имущества собственников жилья, за уборку в подъездах и на прилегающей к многоквартирному дому территории, оказывает жильцам услуги по ремонту коммуникаций в квартирах и т.д.

Деятельность управляющих компаний регламентируется Жилищным Кодексом РФ[1], а правила, по которым она осуществляется, изложены в Постановлении Правительства России от 15 мая 2013 года [3]. В связи с этим доходы и расходы управляющих компаний контролируются со стороны как собственников помещений многоквартирного дома, так и Государственной жилищной инспекцией, Прокуратурой, Федеральной налоговой службой и иными контролирующими органами в Российской Федерации.

Доходы управляющих компании складываются из следующих денежных поступлений:

— ежемесячные платежи за содержание и управление от собственников жилых и нежилых помещений многоквартирного дома;

— платежей от посреднической деятельности за коммунальные услуги (водоснабжение, водоотведение, отопление, тепловая энергия на нужды горячего водоснабжения, электроэнергия и т.д.) и агентские вознаграждения от ресурсоснабжающих организаций;

— плата за дополнительные платные услуги, такие как установка сантехнического оборудования, ремонтные работы и другое;

— платежи от арендаторов помещений в местах общего пользования в многоквартирном доме, находящемся в управлении данной управляющей компании (если данное предусмотрено договором управления) [5].

В Налоговом Кодексе РФ прописано, что к доходам управляющих компаний в жилищно-коммунальной сфере не относятся средства, которые являются целевым финансированием, такие как:

— платежи, направленные на накопление фонда капитального ремонта;

— бюджетные средства, выделяемые на долевое финансирование капитального ремонта многоквартирных домов[2].

Подсчитать точную планируемую прибыль управляющей организации не представляется возможным, так как её сумма будет изменяться в связи с воздействием различных факторов, которые влияют на увеличение затрат на содержание многоквартирного дома (погодные условия, аварии, чрезвычайные ситуации, экономическая обстановка в государстве и т.д.).

Все управляющие компании не позднее марта года, следующего за отчетным годом обязаны предоставлять отчеты об управлении многоквартирным домом согласно действующему законодательству. Всю документацию, содержащую сведения о доходах и расходах данных

организаций, проверяет Государственная жилищная инспекция и Федеральная налоговая служба.

Расходная часть бюджета управляющих компаний состоит из расходов нескольких видов:

— расходы, связанные с ремонтными работами в жилых и нежилых помещениях общедомового инженерного оборудования (стояков водоснабжения, отопления, вентиляционных систем и т.д.);

— расходы на содержание и текущий ремонт общедомового имущества;

— расходы по содержанию мест общего пользования в многоквартирных домах (лифты, мусоропроводы, подъезды и т.д.);

— расходы на содержание придомовой территории многоквартирного дома (облагораживание и озеленение двора, поддержание чистоты на тротуарах и т.д.).

Стоит отметить, что объем расходов и направления использования денежных средств утверждаются на год вперед при помощи общедомового собрания собственников помещений, существенные отклонения от данного плана для управляющей компании может быть чревато проверками вышестоящих надзорных органов, а также штрафными санкциями [4].

Таким образом, расходы на содержание, ремонт и управление многоквартирным домом являются наиболее ёмкой статьёй затрат управляющих организаций в сфере жилищно-коммунального хозяйства, а их доходы крайне ограничены в связи с неблагоприятной экономической обстановкой, которая ведет к росту дебиторской задолженности со стороны собственников помещений.

Тем не менее, управление и содержание многоквартирных домов является достаточно привлекательной сферой деятельности для малых и средних предприятий, так как ежегодно растет жилищный фонд и растут тарифы на оказание жилищно-коммунальных услуг, а, следовательно, есть большие возможности для получения существенной прибыли в данной сфере.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *"Жилищный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 N 188-ФЗ (ред. от 21.11.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023)*
2. *"Налоговый кодекс Российской Федерации" от 5 августа 2000 года N117-ФЗ*
3. *Постановление Правительства РФ от 15 мая 2013 г. N 416 "О порядке осуществления деятельности по управлению многоквартирными домами"*
4. *Леонова Л.Б., Мокроносков А.Г. Сфера услуг жилищно-коммунального хозяйства - социальный вектор развития экономики России // Экономика строительства. 2023. №2. С.10-18.*
5. *Соловьева Л.Ю., Чанилова А.И. Проблемы финансов сферы жилищно-коммунального хозяйства // Вестник науки и образования. 2021. №15-2. С.35-41.*

Секция 6

Актуальные тенденции управления современным предприятием

УДК 336.67

Аналитический инструментарий прогноза и оценки финансовых результатов компании

Р.И. Аль-Раби, студент

*Научный руководитель: Антипенко Н.А., к.э.н., доцент
Минский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Республика Беларусь*

Аннотация. В статье представлены основные подходы к оценке финансовых результатов деятельности компании на основе методов анализа финансовой отчетности и прогнозирования ее будущих результатов. В работе используются такие методы, как горизонтальный и вертикальный анализ, коэффициентный анализ, моделирование финансовых показателей и другие. В результате проведенного анализа установлены ключевые факторы, влияющие на финансовые результаты компании, а также разработаны рекомендации по улучшению ее финансового положения и повышению ее конкурентоспособности на рынке.

Ключевые слова: финансовые результаты, прогнозирование, анализ, коэффициентный анализ, отчетность.

Abstract. The article presents the main approaches to assessing the financial performance of a company based on methods for analyzing financial statements and predicting their future results. The work uses such methods as horizontal and vertical analysis, ratio analysis, modeling of financial indicators and others. As a result of the analysis, the key factors influencing the financial results of the company were identified, as well as recommendations were developed to improve its financial position and increase its competitiveness in the market.

Keywords: financial results, forecasting, analysis, ratio analysis, reporting.

Оценка финансовых результатов компании позволяет определить ее текущее финансовое состояние и эффективность ее деятельности. Для этого используются различные методы анализа финансовой отчетности компании, такие как горизонтальный и вертикальный анализы, анализ показателей ликвидности, рентабельности, финансовой устойчивости и т.д. [1, с. 48].

Горизонтальный анализ позволяет определить изменения финансовых показателей компании за определенный период времени. Например, сравнение выручки компании за последние три года позволяет определить, растет ли выручка или уменьшается. Вертикальный анализ позволяет определить долю

каждого показателя в общей структуре финансовой отчетности компании. Например, вертикальный анализ баланса позволяет определить долю активов, обязательств и собственного капитала в общей структуре баланса.

Анализ показателей ликвидности позволяет определить способность компании выполнять свои обязательства в срок. Для этого используются такие показатели, как коэффициент текущей ликвидности и коэффициент быстрой ликвидности. Коэффициент текущей ликвидности определяется как отношение текущих активов к текущим обязательствам. Коэффициент быстрой ликвидности определяется как отношение текущих активов за вычетом запасов к текущим обязательствам [2, с. 32].

Анализ показателей рентабельности позволяет определить эффективность деятельности компании. Для этого используются такие показатели, как коэффициент рентабельности продаж и коэффициент рентабельности собственного капитала. Коэффициент рентабельности продаж определяется как отношение чистой прибыли к выручке. Коэффициент рентабельности собственного капитала определяется как отношение чистой прибыли к собственному капиталу.

Анализ показателей финансовой устойчивости позволяет определить уровень риска, связанного с деятельностью компании. Для этого используются такие показатели, как коэффициент финансового рычага и коэффициент обеспеченности собственным капиталом. Коэффициент финансового рычага определяется как отношение общей задолженности к собственному капиталу. Коэффициент обеспеченности собственным капиталом определяется как отношение собственного капитала к общей сумме активов.

Прогноз финансовых результатов компании позволяет определить ее будущие перспективы и принять решения о дальнейшей стратегии развития. Для этого используются различные методы, такие как методы экстраполяции, методы сравнения, методы экспертной оценки и т.д. [3, с. 52].

Методы экстраполяции основаны на предположении, что текущие тенденции будут продолжаться в будущем. Например, если выручка компании растет на 10% в год, то можно предположить, что она будет расти на 10% и в будущем. Методы сравнения основаны на анализе финансовых результатов аналогичных компаний. Например, если компания XYZ работает в той же отрасли, что и компания ABC, то можно сравнить их финансовые результаты и сделать выводы о будущих перспективах XYZ [4, с. 42].

Методы экспертной оценки основаны на мнении экспертов в определенной области. Например, если компания планирует запустить новый продукт на рынок, то можно провести экспертную оценку и определить, каковы будут его продажи в будущем.

Прогнозирование финансовых результатов компании также может быть основано на использовании моделей, таких как модели временных рядов или модели множественной регрессии. Модели временных рядов используются для прогнозирования значений переменной в будущем на основе ее значений в

прошлом. Модели множественной регрессии используются для прогнозирования значений переменной на основе ее связи с другими переменными.

Оценка финансового здоровья компании позволяет определить ее финансовую устойчивость и способность выполнять свои финансовые обязательства в будущем. Для этого используются различные показатели, такие как коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственным капиталом, коэффициент финансовой устойчивости и т.д.

Коэффициент текущей ликвидности определяется как отношение текущих активов к текущим обязательствам и показывает, насколько компания способна погасить свои текущие долги. Чем выше коэффициент текущей ликвидности, тем более финансово устойчива компания.

Коэффициент обеспеченности собственным капиталом определяется как отношение собственного капитала к общей сумме активов и показывает, насколько компания защищена собственными средствами. Чем выше коэффициент обеспеченности собственным капиталом, тем более финансово устойчива компания.

Коэффициент финансовой устойчивости определяется как отношение долгосрочных обязательств к собственному капиталу и показывает, насколько компания зависит от заемных средств. Чем ниже коэффициент финансовой устойчивости, тем более рискованна финансовая ситуация компании.

Эти показатели могут быть использованы для оценки финансового здоровья компании и принятия решений о ее дальнейшем развитии. Например, если коэффициент текущей ликвидности низкий, компания может столкнуться с проблемами в выплате своих текущих долгов, и ей может потребоваться увеличить свои текущие активы или уменьшить свои текущие обязательства. Если коэффициент финансовой устойчивости слишком высокий, компания может не использовать свой потенциал и не получать максимальную прибыль.

Если коэффициент финансовой устойчивости компании слишком высокий, то это может указывать на то, что компания не использует свой потенциал и не привлекает достаточно заемных средств для финансирования своих проектов. Это может привести к следующим рискам: упущение возможностей роста; увеличение рисков; снижение доходности; невозможность удержания конкурентных позиций. Поэтому, необходимо находить баланс между использованием собственных и заемных средств для финансирования проектов и операций компании, чтобы обеспечить ее стабильность и рост в долгосрочной перспективе.

Оптимальный коэффициент финансовой устойчивости зависит от многих факторов и может отличаться в зависимости от конкретной компании и ее бизнес-модели. Некоторые из факторов, которые могут влиять на оптимальный коэффициент финансовой устойчивости, включают в себя:

1. Бизнес-модель компании. Компании с высокой степенью фиксированных затрат, такие как производственные компании, могут требовать

более высокого уровня финансовой устойчивости, чтобы обеспечить финансовую стабильность в периоды низкой активности. Например, если у производственной компании происходит снижение спроса на ее продукцию, она все еще должна платить за аренду помещений, зарплаты сотрудников и другие фиксированные расходы. Если у компании недостаточно денежных средств, чтобы покрыть эти расходы, она может столкнуться с серьезными финансовыми проблемами. Поэтому производственные компании часто стремятся к более высокому уровню финансовой устойчивости.

2. Тип отрасли. Оптимальный коэффициент финансовой устойчивости может зависеть от отрасли, в которой работает компания. Например, компании в стабильных отраслях, таких как телекоммуникации, могут требовать более низкого уровня финансовой устойчивости, чем компании в изменчивых отраслях, таких как технологический сектор. Это связано со стабильностью доходов в разных отраслях.

3. Текущее и будущее состояние рынка. Оптимальный коэффициент финансовой устойчивости может также зависеть от текущего и будущего состояния рынка.

4. Цели компании. Оптимальный коэффициент финансовой устойчивости может также зависеть от целей компании. Если компания стремится к быстрому росту и расширению своей деятельности, ей может потребоваться более высокий уровень финансовой устойчивости, чтобы обеспечить себе достаточно денежных средств для финансирования своих амбициозных планов. С другой стороны, если компания стремится к стабильной и предсказуемой деятельности, ей может потребоваться меньший уровень финансовой устойчивости.

5. Кредитная история компании. Компании с хорошей кредитной историей могут получать доступ к дешевому финансированию, что может снизить необходимость в высоком уровне финансовой устойчивости. С другой стороны, компании с плохой кредитной историей могут столкнуться с трудностями при получении кредитов и потребоваться более высокий уровень финансовой устойчивости.

6. Риск банкротства. Компании, которые находятся на грани банкротства, могут требовать более высокого уровня финансовой устойчивости, чтобы избежать потенциальной банкротства. В этом случае компания может быть вынуждена продавать свои активы или привлекать дополнительные кредиты, чтобы погасить свои долги, что может привести к ухудшению ее финансового положения. [5, с. 41].

В целом, оптимальный коэффициент финансовой устойчивости зависит от многих факторов, которые могут различаться для разных компаний. Компании должны учитывать свои конкретные обстоятельства при определении своего уровня финансовой устойчивости, чтобы обеспечить себе стабильность и защиту от потенциальных финансовых рисков.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Антипенко, Н.А. Особенности устойчивого развития бизнес-субъектов в условиях цифровизации экономики Республики Беларусь / Н.А. Антипенко // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2020. – № 1. – С. 46-50.
2. Антипенко, Н.А. Обзор финансовых результатов деятельности компании: модифицированный подход / Д.Ю. Бусыгин, Н.А. Антипенко // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2022. – № 7. – С. 27-32.
3. Антипенко, Н.А. Диагностика финансового состояния как ключевой индикатор устойчивого развития / Н.А. Антипенко // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2022. – № 10. – С. 51-55.
4. Бусыгин, Д.Ю. Аналитическая оценка ключевых методов анализа угрозы банкротства / Д.Ю. Бусыгин // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2023. – № 1. – С. 42-49.
5. Бусыгин, Ю.Н. О влиянии факторных показателей прибыли на результирующий показатель, описываемых нечеткими множествами / Ю.Н. Бусыгин // *Бухгалтерский учет и анализ*. – 2022. – №5. – С.41-47.

УДК 338

Трансформация сбора корректных данных о клиентах и их ценности для бизнеса

Э. Андриш, студент

*Научный руководитель: Антипенко Н.А., к.э.н., доцент
Минский филиал, РЭУ им. Г.В. Плеханова, Республика Беларусь*

Аннотация. В статье рассматривается необходимость трансформации и совершенствования сбора корректных данных о клиентах и их ценности для бизнеса, что обусловлено вызванным негативными эмоциями девиантным поведением человека при распространении персональных данных в сети Интернет и развитием информационных и компьютерных технологий. Существование запроса на защиту персональных данных со стороны клиентов и высокую точность данных со стороны бизнеса достигают апофеоза в начале XXI века. Таким образом, траектория развития сбора данных в сети Интернет должна воплощать достижения современных цифровых технологий, фундаментальной и прикладной науки.

Ключевые слова: данные о клиентах, цифровые технологии, экономический результат, бизнес.

Abstract. The article discusses the need to transform and improve the collection of correct customer data and their value for business, which is caused by negative emotions deviant behavior of a person when distributing personal data on the Internet and the development of information and computer technologies. The existence of a request for the protection of personal data on the part of customers and the high accuracy of data on the part of businesses reach their apotheosis at the beginning of the XXI century. Thus, the trajectory of the development of data collection on the Internet should embody the achievements of modern digital technologies, fundamental and applied science.

Keywords: customer data, digital technologies, economic results, business.

Защита частной жизни в эпоху растущего сбора персональных данных в цифровом формате в последние годы становится все более важным вопросом как при разработке международной судебной практики, так и при проектировании информационных систем. Это связано не только с активным ростом электронного обмена информацией, но и со снижением затрат на хранение данных и все большим развитием технологий для их анализа. У пользователей электронных СМИ есть две основные причины беспокоиться о своей конфиденциальности: с одной стороны, пользователи не контролируют "среду", в которой происходит обмен их информацией (контроль среды). Например, они не могут определить стандарт безопасности транзакции и, таким образом, находятся во власти потенциального злоупотребления их информацией. С другой стороны, они не могут контролировать то, как используются их личные данные после того, как они их предоставили. Например, они вряд ли смогут предотвратить продажу своего адреса электронной почты или объединение данных своего профиля с другими лицами (вторичное использование информации).

Согласно опросам, отсутствие контроля над передачей и использованием данных приводит к тому, что многие пользователи Интернета неохотно пользуются электронной средой, и это является одной из основных причин того, что прямые электронные продажи товаров через Интернет не были столь успешными, как многие надеялись [1, с. 45].

В то время как существует четкий консенсус в пользу повышения безопасности в борьбе с неправомерным использованием личной информации, который поддерживают пользователи Интернета, политики и онлайн-провайдеры, дальнейшее использование личной информации по сути является областью конфликта. Помимо вопросов использования данных в целях политики безопасности, которые активно обсуждаются во всем мире в последние месяцы, все большее значение для компаний приобретает использование данных в целях повышения прибыльности. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) или персонализированный маркетинг продуктов и услуг с учетом потребностей клиента, а также торговля профилями клиентов представляют собой важный экономический стимул для компаний систематически собирать и анализировать персональные данные. Повышение прибыльности услуг и дифференциации продукции, дифференциация цен и доходы от рекламы в Интернете напрямую зависят от количества и качества данных о клиентах. Для большинства компаний сбор данных о клиентах становится возможным только благодаря онлайн-среде [2, с. 48].

Хотя у компаний есть четкий стимул собирать информацию о клиентах (и потенциальных клиентах), большое количество исследований показывает, что пользователи Интернета и покупатели, напротив, придают большое значение сохранению своей конфиденциальности в Интернете. Было показано, что более

35% пользователей регулярно предоставляют ложную информацию о себе в ответ на запросы онлайн-провайдеров. В ходе опроса, проведенного в 2000 году компанией Harris Interactive и инициативой Privacy Leadership Initiative в США, 40% респондентов заявили, что страх потерять безопасность и конфиденциальность в интернете настолько велик, что что они не будут ничего покупать в Интернете. Снова и снова возникают общественные дискуссии по поводу использования данных клиентов и автоматической передачи данных через системы. Данная работа основана на социологическом опросе и рассматривает поведение клиентов при опросах от коммерческих компаний в Республике Беларусь и готовность распространять персональные данные в сети Интернет.

Опрос был проведен среди студентов первого, второго и третьего курса Минского филиала Российского Экономического Университета имени Г. В. Плеханова. При описании приведенных ниже результатов следует отметить, что опрос проводился в социальной сети Telegram среди интернет-грамотных лиц любого пола в возрасте от 17 до 25 лет, в нем участвовало 162 человека, отвечающих на 5 вопросов:

1) «Отвечали ли Вы всегда лишь искренне на все вопросы в сети Интернет?»,

2) «Корректны ли все данные о Вас на Вашей странице в социальной сети Insta-gram?»,

3) «Корректны ли все данные о Вас на Вашей странице в социальной сети Vkontakte?»,

4) «Публиковали ли Вы Ваши паспортные данные в сети Интернет?»,

5) «Публиковали ли Вы Ваше место работы и/или учебы в сети Интернет?».

Опрос показал, что:

На вопрос «Отвечали ли Вы всегда лишь искренне на все вопросы в сети Интернет?» позитивно ответило 92 человека из 162 или 56,79% опрошенных.

На вопрос «Корректны ли все данные о Вас на Вашей странице в социальной сети Instagram?» позитивно ответило 58 человека из 162 или 35,8% опрошенных.

На вопрос «Корректны ли все данные о Вас на Вашей странице в социальной сети Vkontakte?» позитивно ответило 44 человека из 162 или 27,16% опрошенных.

На вопрос «Публиковали ли Вы Ваши паспортные данные в сети интернет?» позитивно ответило 32 человека из 162 или 19,75% опрошенных.

На вопрос «Публиковали ли Вы Ваше место работы и/или учебы в сети интернет?» позитивно ответило 100 человека из 162 или 61,73% опрошенных.

Также 147 из 162 опрошенных или 90,74% заявили, что готовы распространять о себе любую информацию, необходимую белорусскому бизнесу и/или государству при гарантии сохранения персональной информации путем шифрования и абсолютной защиты от публикации и доступа к

неблагонадежным третьим лицам, а также при строгом соблюдении законодательства Республики Беларусь о защите персональных данных. Учитывая ответы данного опроса, мы можем сделать вывод о низкой релевантности персональной информации граждан Республики Беларусь в возрасте от 17 до 25 лет, содержащейся в сети Интернет. Учитывая, что роль ин-формации о клиентах как составной части информационного капитала бизнеса - доминирующего фактора экономических выгод растет в начале XXI века экспоненциально, поскольку именно он обеспечивает продажи, т.е. сбыт, реализацию продукта, можно сделать ясный вывод, что увеличение репрезентативности информации о гражданах Республики Беларусь в сети интернет значительно повысит количество и качество продаж на территории Республики Беларусь, повысит уровень экономической активности и ВВП Республики Беларусь.

Экспертами было замечено, что «коммерческие организации в современных условиях должны помимо наращивания эффективности деятельности уделять все большее внимание постоянному аналитическому мониторингу внешней среды: динамике макроэкономических индикаторов; прогнозам изменения спроса на рынке и конкуренции; качеству сырья; возможности своевременного привлечения источников финансирования и т. д.» - Антипенко Н. А. [1, с. 46]. Крайне важным становится способность профессионального управления информацией, что невозможно без авторского права, применяемого в условиях цифровизации [2, с. 48]. Именно знание о значимости и потребностях клиента помогает, с одной стороны, грамотно определить, предугадать или даже сформировать потребности клиента, с другой стороны, побудить бизнес начинать и прекращать отношения с клиентом в зависимости от его значимости для предприятия, что, несомненно, обеспечивает эффективность предприятия и устойчивый экономический рост государства. В современном мире, когда конкуренция на рынке продуктов и услуг становится все более ожесточенной, для предприятий становится критически важным понимание своих клиентов. Информация о клиентах, такая как их предпочтения, поведение и потребности, является ключевым инструментом, который помогает компаниям лучше понимать своих клиентов и предлагать им более эффективные решения.

Знание потребностей и предпочтений клиентов позволяет предприятиям создавать более точные маркетинговые стратегии, а также разрабатывать продукты и услуги, которые соответствуют требованиям клиентов. Кроме того, информация о клиентах также позволяет компаниям установить более долгосрочные отношения с ними, улучшить качество обслуживания и увеличить лояльность клиентов.

Однако, сбор и хранение информации о клиентах также накладывают на предприятия определенные обязательства в отношении безопасности и конфиденциальности этих данных. Предприятия должны строго соблюдать правила и законы, регулирующие сбор и использование персональных данных

клиентов, чтобы защитить их информацию от несанкционированного доступа и злоупотреблений.

Таким образом, информация о клиентах является критически важной для предприятий, и ее использование может помочь им улучшить качество продуктов и услуг, повысить лояльность клиентов и установить долгосрочные отношения с ними. Однако, при использовании информации о клиентах, предприятия должны также соблюдать высокие стандарты безопасности и конфиденциальности, чтобы защитить персональные данные своих клиентов.

В наше время существует множество инструментов и технологий, которые помогают предприятиям собирать и анализировать информацию о клиентах. Одним из самых эффективных методов является анализ данных, который позволяет выявить тенденции и закономерности в поведении клиентов, а также определить их потребности и предпочтения. Эта информация может быть использована для создания персонализированных рекламных кампаний и улучшения качества обслуживания клиентов.

Однако, при использовании информации о клиентах, предприятия должны быть особенно внимательны и осторожны, чтобы не нарушить права и интересы своих клиентов. Компании должны убедиться, что клиенты дали согласие на сбор и использование их персональных данных, и что эта информация будет использована только для целей, о которых они были уведомлены.

Кроме того, предприятия должны разработать стратегии по защите персональных данных, чтобы предотвратить возможные утечки информации и злоупотребления. Это включает в себя использование современных технологий и методов шифрования, а также обучение сотрудников правилам безопасности и конфиденциальности.

В целом, информация о клиентах является необходимым инструментом для современных предприятий [3, с. 40], и ее использование может привести к значительному улучшению бизнес-процессов и увеличению прибыли. Однако, при использовании этой информации, компании должны придерживаться высоких стандартов безопасности и конфиденциальности, чтобы защитить интересы своих клиентов и сохранить их доверие.

В современном мире, когда конкуренция на рынке продуктов и услуг становится все более ожесточенной, для предприятий становится критически важным понимание своих клиентов. Информация о клиентах, такая как их предпочтения, поведение и потребности, является ключевым инструментом, который помогает компаниям лучше понимать своих клиентов и предлагать им более эффективные решения. Знание потребностей и предпочтений клиентов позволяет предприятиям создавать более точные маркетинговые стратегии, а также разрабатывать продукты и услуги, которые соответствуют требованиям клиентов. Кроме того, информация о клиентах также позволяет компаниям установить более долгосрочные отношения с ними, улучшить качество обслуживания и увеличить лояльность клиентов. Однако, сбор и хранение

информации о клиентах также накладывают на предприятия определенные обязательства в отношении безопасности и конфиденциальности этих данных. Предприятия должны строго соблюдать правила и законы, регулирующие сбор и использование персональных данных клиентов, чтобы защитить их информацию от несанкционированного доступа и злоупотреблений.

Таким образом, информация о клиентах является критически важной для предприятий, и ее использование может помочь им улучшить качество продуктов и услуг, повысить лояльность клиентов и установить долгосрочные отношения с ними. Однако, при использовании информации о клиентах, предприятия должны также соблюдать высокие стандарты безопасности и конфиденциальности, чтобы защитить персональные данные своих клиентов и обеспечить их доверие к ним, а значит и честность, репрезентативность и полноту получаемых данных.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Антипенко, Н.А. Ключевые показатели для системного VBM-анализа и моделирование деятельности в условиях неопределенности // *Бухгалтерский учет и анализ*. 2022. № 9. С. 45-50.
2. Антипенко, Н.А. Тенденции развития инструментария цифрового маркетинга в Республике Беларусь // *Бухгалтерский учет и анализ*. 2020. № 5. С. 44-50.
3. Бусыгин, Д.Ю. Практические аспекты определения барьерных значений экономических показателей // *Бухгалтерский учет и анализ*. 2020. № 5. С. 39-43.

УДК 65.012.1

Создание благоприятного социально-психологического микроклимата путем взаимодействия персонала с представителями животного мира

Белова А.В., студент

*Научный руководитель: Нестерова Т.Г., к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Современный менеджер должен знать и уметь оптимально использовать приемы, методы, и механизмы построения благоприятного социально-психологического микроклимата внутри организации. В исследовании представлен результат изучения потенциала эффективности зоотерапии, заключающейся во взаимодействии персонала с домашними животными в деловой и бизнес среде; приведен анализ данного механизма в формировании благоприятного микроклимата организации. Дана оценка степени использования и эффективности метода в российских компаниях.

Ключевые слова: взаимодействие персонала, социально-психологический климат организации, благоприятный микроклимат, анималотерапия (зоотерапия), стресс-менеджмент.

Abstract. A modern manager should know and be able to use techniques methods, and mechanisms optimally, for building a favorable socio-psychological microclimate within the organization. The paper presents the results of studying the potential for the effectiveness of zotherapy, which consists in the interaction of personnel with pets in the business and business environment. The analysis of this mechanism in the formation of a favorable microclimate of the organization is presented. The assessment of the degree of use and effectiveness of the method in Russian companies and in Russian society was given.

Keywords: staff interaction, socio-psychological climate of the organization, favorable microclimate, animal therapy (zotherapy), stress management.

В менеджменте повышение эффективности производственного и управленческого процесса невозможно без знания механизмов формирования благоприятного социально-психологического микроклимата организации. Исследователи и ученые социально-гуманитарных наук утверждают, что благоприятный микроклимат организации выступает не только как одно из условий роста продуктивности труда, но и качества выполняемой работы [1]. Поэтому современному менеджеру необходимо способствовать развитию благоприятного микроклимата внутри коллектива через использование самого оптимального механизма его формирования.

Благоприятный социально-психологический микроклимат организации – совокупность условий психологического и социального аспекта, обуславливающих продуктивное и результативное взаимодействие отдельного работника в коллективе [2]. Такими критериями являются:

- *Уровень взаимоотношений между членами коллектива* (умение нести ответственность не только за себя, но и за коллектив; степень оказания взаимной помощи, отсутствие конфликтов, уважение чужого труда);
- *Уровень удовлетворенности работой и рабочим процессом* (любовь к работе и собственному труду, степень благосостояния каждого работника, качество улучшения психоэмоционального фона посредством труда и т.д.);
- *Наличие командного духа и общих ценностей в организации* (уровень сплоченности коллектива, преобладание общих традиций и принципов в команде, отношение индивидов к миру и т.п.) [3].

Аналогично, что несоблюдение и игнорирование хотя бы одного из условия порождает в коллективе неблагоприятный социально-психологический микроклимат, формирование которого несет за собой ряд последствий как для самих членов коллектива, так и для всей фирмы в целом.

Неблагоприятный социально-психологический микроклимат характеризуется наличием напряженной психологической атмосферы внутри коллектива организации, оказывающей негативное влияние на развитие атмосферы между участниками рабочего (производственного) взаимоотношения. С точки зрения экологии человеческих отношений, нарушение взаимовыгодных и партнерских отношений между людьми,

особенно в бизнес-среде, означает развитие в коллективе напряженности, выражающейся в исчезновении интереса, ответственности и взаимопомощи партнеров друг к другу [1]. По своей природе такая среда негативна и абсолютно в равной мере, также, негативно воздействует на психическую и психологическую саморегуляцию человека. При формировании такой среды в коллективе продуктивность и работоспособность человека сильно снижается, что влечет снижение эффективности производственного и управленческого процесса, заторможенность всей работы целостной системы, а также появление стресса и невроза у отдельных членов коллектива.

Стресс является одним из наиболее распространенных аффектов, представляющих собой сильную и длительную эмоциональную перегрузку человека, а также возникающих вследствие непреодолимости каких-либо препятствий или трудностей, зависящих, в большей степени, от субъективных факторов индивида (оценки им ситуации, сопоставления своих сил и способностей) [5]. В России, по данным социальных исследований, каждый третий работник хотя бы раз в неделю испытывает сильный стресс, а 13% работников – практически ежедневно. Статистика подтверждает неопровержимый факт того, что профессиональные стрессы (вызванные на рабочем месте) являются одними из главных опасностей. Международная организация труда признает стресс на работе одной из причин повышенный смертности из-за сильной зависимости стресса и сердечно-сосудистых заболеваний. Сердечные заболевания, отмечает МОТ, и есть причина большинства летальных исходов на работе.

Длительное пребывание человека в состоянии стресса влечет за собой получение психического расстройства личности в виде невроза. Профессиональный невроз возникает в результате стрессов на рабочем месте, а его этимология зачастую связана с физическим и психоэмоциональным переутомлением, реже с генетической предрасположенностью. Невроз представляет собой более опасное заболевание, нежели стресс, а специфическим признаком является нарушение функции мышечной группы. Проявления невроза достаточно обширны: от слабости и быстрой утомляемости до дискоординации движений, судорог и других болезненных ощущений («бритвенная судорога» у парикмахеров; подергивания и судороги верхних конечностей у пианистов, виолончелистов). Численность, болеющих неврозом растет с каждым годом. Одно из самых популярных заболеваний охватило уже все сферы жизнедеятельности человека: от работы до повседневной жизни.

Данная статистика говорит лишь о том, что хорошему управляющему во избежание упадка производительности и эффективности предприятия необходимо более детально следить за микроклиматом и здоровьем своих работников. Это необходимо для того, чтобы вовремя остановить неблагоприятные процессы, протекающие внутри межличностных отношений, а также оказать психологическую помощь. Первая психологическая помощь в

экстренных ситуациях настолько же важна, как и медицинская. Анималотерапия показала хороший результат при уменьшении степени стресса и повышении работоспособности, поэтому может использоваться в качестве психотерапии в стресс-менеджменте (управление стрессом).

Анималотерапия (зоотерапия) представляет собой метод лечения и профилактики сердечно-сосудистых, психологических и психических расстройств, заболеваний путем взаимодействия человека с животными. Таких представителей животного мира называют «животными для эмоциональной поддержки». Многие исследования подтверждают факт избавления или уменьшения степени вышесказанных недугов у человека посредством общения с животными.

Домашние животные очень сильно влияют на физиологическое и психологическое здоровье человека. К такому факту пришли ученые Университета Содружества Вирджинии, утверждающие, что у работников, оставивших домашних любимцев дома к концу дня уровень стресса был равен 70%, что на 11% больше, чем у тех, кто брал с собой на работу питомцев. Уровень стресса первой группы был повышен из-за беспокойства владельца о своем домашнем любимце. К тому же, у них часто наблюдалось повышенное кровяное давление, что является риском для сердечно-сосудистых заболеваний.

Для подтверждения данных об эффективности внедрения домашних любимцев в бизнес-среду было проведено исследование в рамках Оренбургского филиала РЭУ им.Г.В.Плеханова. Студентам очной формы обучения было предложено поучаствовать в анкетировании и ответить на ряд вопросов, касаемых эффективности взаимодействия персонала с представителями животного мира с целью создания благоприятного социально-психологического микроклимата в организации. По результатам исследования, почти 95% опрошенных считают, что животные помогают справиться со стрессовыми ситуациями, при этом 90% респондентов не сталкивались со взаимодействием животных на рабочем месте, а самыми популярными ответами на вопрос: «Благоприятно ли животные влияют на рабочий процесс в бизнес среде?» были следующие:

— Да, они помогают снять стресс и напряжение, а также отвлечься от работы (63%)

— Категорически нет, так как содержание животных является работодателю невыгодным из-за больших финансовых затрат (13%)

— Неоднозначно, так как у кого-то может быть аллергия на шерсть, а кто-то и вовсе не любит животных (25%). Данную статистику описывает диаграмма ниже.

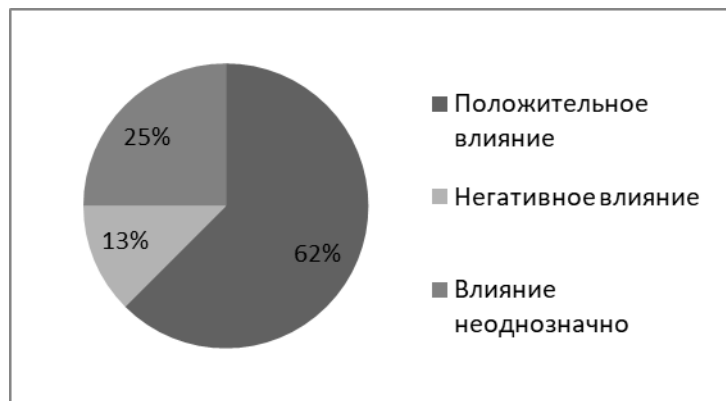


Рисунок 1 – Эффективность влияния домашних питомцев на человека в рамках профессиональной среды

Таким образом, животные благотворно влияют на уровень стресса и работоспособность работников, что повышает эффективность и производительность рабочего процесса, к тому же, взаимодействие с ними у человека снижает не только тревожность и стресс, но и риск появления сердечно-сосудистых заболеваний. На данный момент в Оренбургской области проекты, связанные со внедрением животных в бизнес-среду, не нашли особой популярности, а возможно находятся на пике своего роста. Причинами такого явления может служить главный недостаток проекта – дороговизна воплощения. Внедрение животных в бизнес-среду требует, как минимум, больших затрат и расходов на содержание и различный уход. Поэтому, не все компании придерживаются положительных представлений о данной идее. Такие проекты больше подойдут крупным компаниям, имеющих большой удельный вес на рынке и в экономике, так как они чаще всего имеют большую численность работников и сотрудников в своем составе. Оренбургская область не располагает масштабностью таких крупных компаний, где бы данные проекты нашли свое применение. Но все же, появление инновационных идей в российском обществе уже демонстрирует огромный шаг российских предпринимателей в прогресс в области улучшения социальных и психологических условий работников.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Павлова М.М., Нестерова Т.Г. Идеи нравственной экономики в рассуждениях раннехристианских мыслителей // Экономика и управление бизнесу и государству: современные решения, инновации и технологии. Сборник научных трудов Всероссийской студенческой научно-практической конференции, проводимой в рамках Года науки и технологий (с международным участием). Под научной редакцией Н.В. Калинина. Москва, 2022. С. 311-315.
2. Nesterova T.G., Remizova V.F. Aspectsof ecological education in foreign language classes // Сборник материалов международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию Улан-Баторского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова и 80-летию победы битвы на Халхин-Голе. Под редакцией Н.В. Антиповой. 2019. С. 30-33.
3. Моисеенко Н.В. и Рицман С.В. «Влияние социально-психологического климата на эффективность деятельности организации».

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialno-psihologicheskogo-klimata-na-effektivnost-deyatelnosti-organizatsii> (дата обращения: 20.03.2023)

4. Попова Л.Г. и Захаревич Н.А. «Влияние социально-психологического климата на деятельность организации». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialno-psihologicheskogo-klimata-na-deyatelnost-organizatsii> (дата обращения: 17.03.2023)

5. К.В. Екишова «Перспективы виртуальной анималотерапии для снятия стресса и увеличения работоспособности». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-virtualnoy-animaloterapii-dlya-snyatiya-stressa-i-uvelicheniya-rabotosposobnosti> (дата обращения: 24.03.2023)

УДК 658

Специфика принципов управленческой этики

М.С. Гавина, студент

*Научный руководитель: Т.Г. Нестерова, к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Управленческая этика в менеджменте играет большую роль в повышении эффективности компании. В статье дана характеристика и проведен анализ принципов управленческой этики. Рассмотрена эффективность взаимодействия в группах, в зависимости от применения принципов управленческой этики.

Ключевые слова: Этика, управление, менеджмент, принципы управленческой этики.

Annotation. Management ethics plays an important role in improving the efficiency of the company. The article describes and analyzes the principles of management ethics. The effectiveness of interaction in groups depending on the application of the principles of managerial ethics is considered.

Key words: Ethics, management, principles of management ethics.

Управление характеризуется как процесс, включающий в себя умственные нагрузки, направленные на выполнение определенных задач, правила, которые регламентируют эффективность решения задач.

Этика менеджмента как профессиональная этика имеет большое значение, поскольку менеджеры — те люди, которые осуществляют управляющие функции. Именно они обеспечивают успех производственной и организационной деятельности компании. Чтобы управленец мог реализовать себя, необходимо, чтобы к его мнению прислушивались все — и подчиненные, и руководство. Для этого его моральные принципы должны соответствовать общепринятым. Они также не должны противоречить и корпоративной этике менеджмента, сформировавшейся в компании.

Цель нашего исследования проанализировать специфику принципов управленческой этики.

Во всех сферах деятельности управление можно рассматривать, как основополагающий критерий для работы в различных направлениях.

Этика управленческой деятельности исследуется учеными с древних времен. Ещё раннехристианских мыслителей о в своих трактатах формулировали гуманистические ценности, духовный поиск и внутреннюю свободу человека, которые обуславливают нравственность в хозяйствовании [1, С. 301-315]. Бизнес несет ответственность за соблюдение норм и правил в областях, не определенных законодательством, таких как этика, милосердие, человеколюбие, сострадание.

В нашем исследовании управленческая этика рассматривается как система знаний, рекомендаций и практик, которые влияют на управленческую деятельность, решающих проблемы управления в основе, которых лежат принципы такие как: гуманизм, социальная справедливость и равенство, положительное отношение к личным взглядам и профессиональному мнению работников, адекватную и аргументированную оценку роли работника вне зависимости от должности.

Рассмотрим первый принцип. Гуманизм в вопросе управления кадрами предприятия опирается на усиление уровня мотивации работника и учет его интересов. Данный принцип подразумевает усиление внимания к интересам работника: постоянное улучшение условий и повышение содержательности труда, учет индивидуальных целей и устремлений работника, корреляция расположения места работы в порядке жизненных приоритетов.

Вторым принципом является социальная справедливость и равенство. При соблюдении управленческой этики, руководитель должен критиковать не личность человека, а действия и поступки подчиненных в рамках кодекса этики, с учетом уважения к личности сотрудника. Одинаковое отношение к сотрудникам даже если один сотрудник выполнил работы больше чем другой. Доверие к сотрудникам должно быть в обязательном порядке, так как без доверия ни одна организация не сможет слаженно работать, что чревато негативными последствиями для организации.

В настоящее время все больше внимания уделяется этическим стандартам менеджмента, как со стороны потребителя, так и со стороны менеджеров. Зачастую компании не хотят потерять общественное доверие и получить негативное мнение относительно своей организации, это относится и к государственным органам и к деловым организациям и кругам принадлежащих им.

Плюсом будет являться свобода слова сотрудника, так как в большинстве компаний, не разрешается высказывать свое мнение и критиковать законность действий других людей. Можно привести цитату Хаймана Джорджа Рикопера: «Если подчиненный всегда соглашается со своим начальником, то он - бесполезная часть организации». Это в большинстве случаев именно так, потому что без обратной связи руководители не смогут отрегулировать свою деятельность и повысить эффективность. Однако у этого подхода есть весомый

недостаток, который выражается в поиске компромисса. Очень сложно определить «золотую середину».

Рассмотрим следующий принцип: положительное отношение к личным взглядам и профессиональному мнению работников. В том случае, если работники замотивированы, у них формируется положительное отношение к руководству. Уроки американского менеджмента и основные представители этого направления такие как: Крис Арджирис, Ренсис Лайкерт, Дуглас МакГрегор исследовали социальные и структурированные отношения организации, выяснили какой мотивации следует придерживаться руководителям, чтобы «вдохновлять» сотрудников и выходить на новые показатели, рассказали о лидерстве, что оно представляет и как оно может изменить качество трудовой жизни [2, с. 704].

Такой принцип этики как адекватная и аргументированная оценка роли работника вне зависимости от должности выражается в том, что уделяется особое внимание персоналу, а именно регулированию нравственных действий как в совокупности, так и индивидуально, во взаимоотношениях между персоналом, а также и между работниками и руководителем. Управленческая этика раскрывает преобладающие личностные качества руководителя, которые помогают организации достичь необходимых результатов в работе, а именно, определяет этапы формирования и принятия решений совместно с дальнейшей реализацией. Исследователи говорят о том, что если сотрудник включает нравственное поведение в свою жизнь или работу, то он представляет собой ценный и квалифицированный кадр, который будет способствовать процветанию компании.

Для того, чтобы имидж компании, как и сама компания просуществовали долгое время, принося доходы, очень важно, чтобы компания основывалась на человеческом факторе и нормах поведения, не навязывая собственные экономическо-моральные ценности.

Основой управленческой этической концепции будет человек, с его ценностями и принципами, а также благосостояние людей. Для принятия решений, которые обуславливаются этическими нормами, способствует кодекс этических норм, которые выделяет руководство каждой организации, который в различных организациях по своему наполнению выглядят по-разному.

Исследовательская работа проводилась в рамках изучения поведения двух групп Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова направления «Менеджмент», которые были разделены по всем, рассматриваемым нами, этическим принципам.

Одна группа коммуницировала на позитивной волне. Из анализа экспериментатора можно сделать вывод о том, что студенты данной группы помогали друг другу во время обучения, делились конспектами, староста правильно организовала процесс, наладила общение со своей группой, помогала им решить различного рода вопросы.

У второй группы нет налаженной системы коммуникации, в начале года была назначена староста, но из-за того, что все замкнуты, староста никак не смогла повлиять на студентов. Сам по себе персонаж – староста, который по своему назначению должна стимулировать, мотивировать и объединять группу, не намерена производить каких-либо действий. Сами студенты общаются в своих компаниях вне института, а между собой вопросы учебы не обсуждаются, и никаких дружеских отношений нет.

В исследовании выставляются критерии, относительно которых можно сделать выводы об общении в рамках этических норм, о влиянии старосты на всю группу, о влиянии этики на студентов, об управленческой этике, которая в одном случае проявляется, а в другом - нет,

Таким образом, налаженная в этических рамках коммуникация помогает наладить общение и работу в коллективе.

Первая группа положительно себя зарекомендовала, показала высокие показатели в учебе: у студентов высокая посещаемость занятий, положительные оценки, участие во внеучебной деятельности. Легко было организоваться в форсмажорной ситуации. Относительно вышеназванных критериев, этот пример можно перевести на школу поведенческих наук и определить ее модель поведения как идеальную, относительно всех сфер управления и коммуникаций.

Результаты нашего исследования можно экстраполировать на другие формы человеческих объединений, например, взаимодействие внутри коллектива компании, отдела, офиса или профессионального коллектива. Эти же принципы помогают организовать взаимодействие в семье, как форме человеческого существования.

Специфика принципов управленческой этики, таких как гуманизм, социальная справедливость и равенство, положительное отношение к личным взглядам и профессиональному мнению работников, адекватную и аргументированную оценку роли работника вне зависимости от должности заключается в том, чтобы искать и находить подход к каждому сотруднику и конкуренту должным образом, не нарушая их личностные границы. Это позволит организации сохранить и возвысить свою репутацию, путем стремления к высшим стандартам этики менеджмента.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Павлова М.М., Нестерова Т.Г. Идеи нравственной экономики в рассуждениях раннехристианских мыслителей // Экономика и управление бизнесу и государству: современные решения, инновации и технологии. // Сборник научных трудов Всероссийской студенческой научно-практической конференции, проводимой в рамках Года науки и технологий (с международным участием). Под научной редакцией Н.В. Калинина. Москва, 2022. С. 311-315.

2. Мескон Майкл, Альберт Майкл, Хедоури Франклин. Основы менеджмента // Общая редакция и вступительная статья доктора экономических наук Л.И.Евченко // Академия народного хозяйства при правительстве Российской Федерации Москва: Издательство "Дело", 1997. - 704 с.

Стратегия ценообразования ООО «А7 Агро–ОМК»

О. Ю. Демидова, студент

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

Аннотация. Статья описывает стратегию ценообразования на примере ООО «А7 Агро–ОМК». Особое место в работе уделено анализу потребительских цен на молоко, молочную продукцию и сыр в Оренбургской области и на примере конкретного предприятия. Далее подробно изучаются внутренние и внешние факторы, влияющие на стратегию ценообразования ООО «А7 Агро–ОМК». В заключении предложено руководству предприятия осуществить переход со стратегии низких цен на стратегию высоких цен.

Ключевые слова: молочная продукция, ООО «А7 Агро–Оренбургский Молочный комбинат», потребительские цены на молоко, стратегия ценообразования, стратегия низких цен, стратегия высоких цен.

Annotation. The article describes the pricing strategy on the example of LLC "A7 Agro–ОМК". A special place in the work is given to the analysis of consumer prices for milk, dairy products and cheese in the Orenburg region and on the example of a specific enterprise. Further, internal and external factors affecting the pricing strategy of A7 Agro–ОМК LLC are studied in detail. In conclusion, it is proposed to the management of the enterprise to make the transition from a strategy of low prices to a strategy of high prices.

Keywords: dairy products, LLC "A7 Agro–Orenburg Dairy Plant", consumer prices for milk, pricing strategy, low price strategy, high price strategy.

На сегодняшний день актуальность обеспечения продуктами питания, в том числе молочной продукцией, населения страны имеет огромное значение. Количество производимой продукции молочного направления характеризуется рынком, включая размер и структуру рынка, конкурентов, а также регулированием по средствам государственных механизмов. В текущем периоде продукция молочного направления на рынке является конкурентоспособной по большинству видов изделий из молока. Рынок молокопродуктов хорошо развит и отличается высокой конкуренцией по большинству видов изделий.

Государственные органы осуществляют регулирование и контроль данного рынка молочной продукции, поскольку данный вид товаров является товаром первой необходимости, в связи с чем, ценообразование в рамках представленной продукции определено. Вместе с тем, различные производители устанавливают широкий диапазон цен на существующие товары, поскольку помимо основного продукта на ценообразование влияют и

факторы второго порядка, в том числе упаковка и тара, рецептура и добавки [2, с. 45].

Рассмотрим стратегию ценообразования на примере одной из организаций данного направления – ООО «А7 Агро–ОМК». Общая стратегия работы предприятия направлена на увеличение объемов производства качественной продукции, рост выручки и прибыли, развитие конкурентных отношений, а также обеспечение населения продуктами первой необходимости среди молочного направления. Развитие предприятия предполагает необходимость занять положение лидера в отрасли молочной продукции в Оренбургской области на период до 10 лет и развивать эффективность деятельности для повышения качества производимой продукции.

Если обратиться к стратегии ценообразования ООО «А7 Агро–ОМК», то заметим, что предприятие активно регулирует политику соотношения качества молочной продукции с необходимостью создания рентабельных позиций, для того, чтобы максимизировать объем полученной прибыли и рационально использовать поступающее сырье [4, с. 21].

Рассмотрим на рисунке 1 средние потребительские цены на молоко, молочную продукцию и сыр на 5 декабря 2022 г. в Оренбургской области. Данные взяты с сайта территориального органа Федеральной службы государственной статистики.



Рисунок 1 – Средние потребительские цены на молоко, молочную продукцию и сыр на 5 декабря 2022 г. в Оренбургской области

Если обратиться к каталогу цен ООО «А7 Агро–ОМК» на молоко и молочную продукцию, то заметим, что цены на предприятии ниже рыночных (молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5–3,2 % жирности – 59,40 руб.; молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5–3,2 % жирности – 76,45 руб.).

ООО «А7 Агро–Оренбургский Молочный комбинат» согласно проведенному исследованию остановился на реализации стратегии цен ниже, чем в среднем по рынку, которая предполагает эффективное завоевание лидерского положения в максимально короткие сроки, поскольку на товар

устанавливает цена ниже среднерыночной и используется большое количество средств на маркетинговые коммуникации.

В текущем периоде данная стратегия предполагает некоторое снижение выручки, поскольку устанавливается цена ниже средней, но предполагается, что завоеванная доля рынка в долгосрочном периоде позволит предприятию получить гораздо большие денежные средства.

Представленная стратегия ценообразования широко используется в рамках продуктов питания, поскольку потребитель, имея большой выбор подобных продуктов, с легкостью может переключиться на использование товара конкурента при условии, что цена на данный товар у него будет ниже. ООО «А7 Агро–Оренбургский Молочный комбинат» понимает, что данную стратегию могут использовать и конкуренты, поэтому руководство рассчитало возможность реализации политики низких цен на период и внедрило его как наиболее подходящий на текущем этапе реализации хозяйственной деятельности.

Вместе с тем, менеджеры ООО «А7 Агро–Оренбургский Молочный комбинат» понимают, что требуется производить продукцию только самого высокого качества, поскольку конкуренция на рынке весьма высока и в текущем периоде покрывает некоторые издержки на реализацию данной стратегии ценообразования, чем и поддерживает высокий спрос среди населения на свою продукцию [1, с. 170].

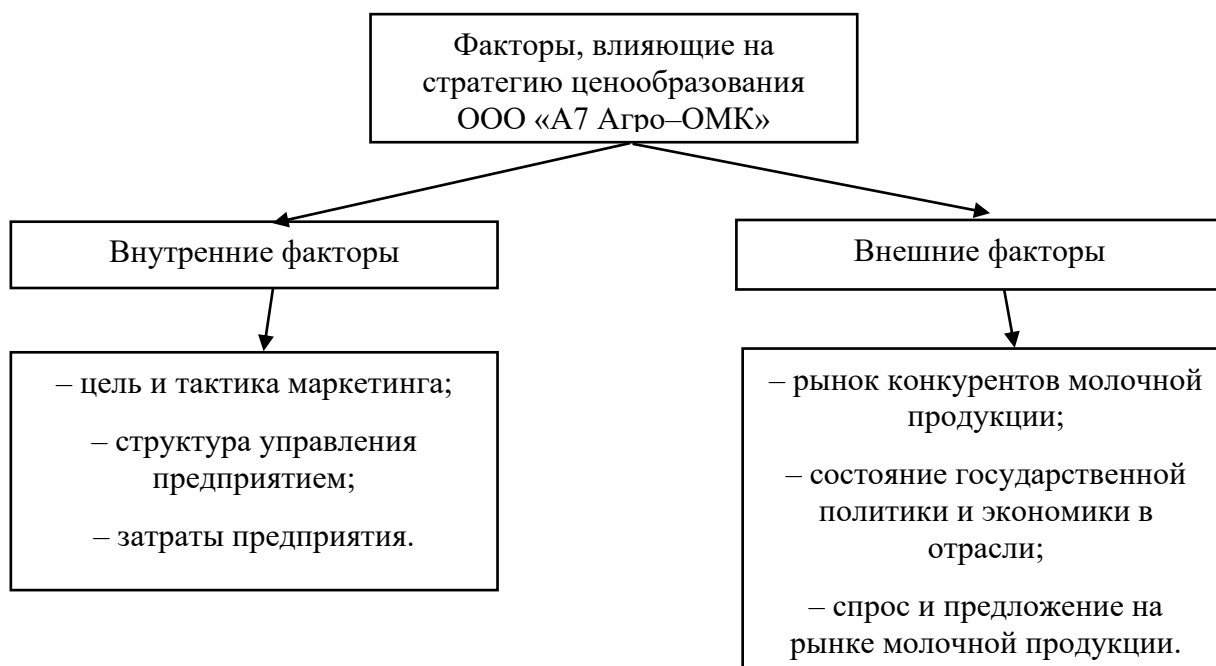


Рисунок 2 – Внутренние и внешние факторы, влияющие на стратегию ценообразования ООО «А7 Агро–ОМК»

Обратимся к рисунку 2, где отметим, какие факторы влияют на стратегию ценообразования ООО «А7 Агро–ОМК», включающие внешние и внутренние аспекты.

Согласно данным рисунка 2 на стратегию ценообразования ООО «А7 Агро–ОМК» влияют как внутренние, так и внешние факторы. Особое значение при выборе потребитель уделяет цене на товар и его качеству. На ООО «А7 Агро–Оренбургский Молочный комбинат» стремятся завоевать лидерские позиции на рынке молочной продукции, устанавливая в рамках представленной стратегии цены ниже средней на данном рынке.

Установление такой цены предполагает, что необходима оптимизация требуемых затрат на производство и реализацию продукции, поскольку цена должна покрывать постоянные и переменные затраты предприятия и приносить прибыль. В ООО «А7 Агро–Оренбургский Молочный комбинат» реализация и оценка политики ценообразования осуществляется руководителем сбытового отдела, руководителем отдела маркетинга, главным бухгалтером и генеральным директором.

В целях совершенствования стратегии ценообразования предложим руководству предприятия обратить внимание на стратегию средних цен по рынку, поскольку данное направление приносит большую часть прибыли при одинаковых трудовых затратах. На сегодняшний день данное предприятие уже захватило некоторую часть рынка и может начать модифицироваться в новую стратегию ценообразования [3, с. 189].

Подводя итог, отметим, что рыночный механизм работы предприятий предполагает выбор определенной стратегии ценообразования, позволяющей предприятию наиболее эффективно осуществлять свою деятельность. Установление итоговой цены на товар продукции молочного направления обязательно должно тщательно исследоваться и анализироваться.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Белиопов Р.П. Ценообразование на рынке молока: проблемы и пути их решения / Р. П. Белиопов, С. Н. Коновалова // Вестник аграрного университета. 2019. №3 (62). С. 168–175.
2. Грязнов С. А. Стратегия ценообразования / С. А. Грязнов // Modern Science. 2020. № 11–3. С. 44–47.
3. Долгова М. В. Ценовые стратегии экспортеров в условиях кризиса, вызванного пандемией / М. В. Долгова // Вестник университета имени Г.В. Плеханова. 2020. № 6(114). С. 188–197.
4. Решеткина Ю. В. Региональный рынок молока и молочной продукции: тенденции, факторы и направления развития / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова, С.Н. Алексеева // Вестник государственного университета. 2022. №2 (30). С. 18-27.

УДК 33

Классификация рисков в экономической литературе

Е.М. Изотова, студент
Научный руководитель: *О.О. Дроботова, к.э.н., доцент*
Волгоградский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия

Аннотация. В работе проведен сравнительный анализ подходов различных авторов к классификации рисков. В результате анализа выявлены расхождения во взглядах авторов на проблему классификации рисков. Сделан вывод о необходимости проведения классификации по широкому кругу критериев в целях построения эффективной системы риск-менеджмента на предприятии.

Ключевые слова: риск, классификация, критерии классификации, риск-менеджмент.

Abstract. The paper presents a comparative analysis of the approaches of various authors to the classification of risks. The analysis revealed differences in the views of the authors on the problem of risk classification. It is concluded that it is necessary to classify according to a wide range of criteria in order to build an effective risk management system at the enterprise.

Keywords: risk, classification, classification criteria, risk management.

Исследование вопросов теории рисков является актуальным, как со стороны развития теории рисков, так и со стороны практического управления ими хозяйствующими субъектами. При этом классификация рисков становится одной из ключевых задач риск-менеджмента современного предприятия. Каждое предприятие находится в индивидуальной хозяйственной ситуации, характеризующееся разнообразием факторов риска, и вынуждено формировать особую систему управления рисками, свойственную отрасли, в которой функционирует хозяйствующий субъект.

В буквальном понимании под «риском» понимается принятие решения, результат которого заранее не известен [3, с.7]. Вероятность, возможная опасность, неопределенность выступают основными характеристиками данного понятия. В современной экономике все предприятия функционируют в условиях неопределенности и нестабильности, а, следовательно, в процессе своей деятельности сталкиваются с различными рисками. Это требует постоянных усилий по управлению рисками, формированию эффективной системы риск-менеджмента на предприятии. Основой формирования эффективного риск-менеджмента выступает классификация рисков. От решения данного вопроса напрямую зависят такие смысловые аспекты управления рисками, как идентификация, выявление причин их возникновения, анализа и оценки, а также выявление направлений снижения действия рисков и минимизацию потерь от них.

Классификация рисков предполагает их группировку в соответствии с заданными критериями [1, с.22].

В современной экономической литературе представлены разнообразные подходы к классификации рисков. Специалисты, как правило, имеют различные взгляды на их классификацию. Необходимо отметить, что у всех авторов прослеживаются общие критерии классификации рисков, являющиеся

наиболее важными элементами, положенными в ее основу, в то время как детализированные критерии, выделяемые не всеми специалистами, выступают в качестве дополнения к общим (таблица 1).

Таблица 1

Критерии классификации рисков

Критерии классификации рисков в риск-менеджменте	
Основные	Дополнительные (детализированные)
<ul style="list-style-type: none"> – сфера возникновения – факторы возникновения – характер последствий – характер учета – время возникновения 	<ul style="list-style-type: none"> - возможность прогнозирования - характер возникновения - последствия - риски, взаимосвязанные с производством - покупательная способность денег

Характерные подходы к классификации рисков, исходя из разграничения основных и детализированных критериев, рассмотрены в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительный анализ классификаций рисков различных авторов

Критерии классификации	Слепухина Ю.Э. [2, с.19]	Малюгина Т.В. [5]	Данов А.А. [4]
1	2	3	4
Основные критерии			
сфера возникновения		<ul style="list-style-type: none"> - финансовый - коммерческий - производственный 	
		- страховой	
факторы возникновения	<ul style="list-style-type: none"> - политические - экономические 		<ul style="list-style-type: none"> - политические - имущественные - торговые - транспортные - экологические - природные
характер последствий		<ul style="list-style-type: none"> - чистые - спекулятивные 	
характер учета		<ul style="list-style-type: none"> - внутренние - внешние 	
время возникновения		<ul style="list-style-type: none"> - перспективные - текущие - ретроспективные 	
Детализированные критерии			
возможность прогнозирования	-	<ul style="list-style-type: none"> - непрогнозируемые - прогнозируемые 	-

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
характер возникновения	- фундаментальные - специфические	- объективные - субъективные	-
последствия рисководержащего события	-	- катастрофический - критический - допустимый	-
риски, взаимосвязанные с производством	-	- технико-производственные - организационные - юридические - рыночные - кредитные	- системный - индивидуальный - технический - инвестиционный - операционный
покупательная способность денег	-	-	- риск ликвидности - риск рыночной ликвидности - риск балансовой ликвидности - валютные - инфляционные - дефляционные

Данные, представленные в таблице 2, отчетливо свидетельствуют о том, что, критерии классификации рисков разнообразны и обширны. Авторы представляют различные взгляд на проблему классификации, в частности полнота и структура критериев у каждого отличается.

Так, Слепухина Ю.Э. классифицирует риски по наиболее общим критерием:

- сфера возникновения;
- факторы возникновения;
- характер последствий;
- характер учета;
- время возникновения.

Малюгина Т.В. и Данов А.А. представляют более детализированные подходы к классификации рисков.

Помимо общих критериев Малюгина Т.В. выделяет:

- причины возникновения;
- риски, связанные с производством;
- последствия;
- возможность прогнозирования.

Кроме того, автор дополнительно включает страховой риск в группу рисков по сферам возникновения, а также по-иному определяет риски по причинам их возникновения: объективные и субъективные.

В свою очередь Данов А.А. также дополняет общую классификацию следующими критериями:

- риски, связанные с производством;
- покупательная способность денег.

Несмотря на то, что Данов А.А. и Малюгина Т.В. применяют более детализированные критерии классификации рисков, дополнения, представленные авторами, отличаются друг от друга, что подтверждает различие взглядов каждого специалиста на классификацию рисков при построении риск-менеджмента хозяйствующего субъекта.

Как правило, критериями классификации выступают наименование, перечисление основных типов, видов, групп и подгрупп рисков, свойственных деятельности хозяйствующего субъекта. Специалисты выделяют разные классификации, и каждая из них имеет место быть, поскольку в ходе работы любого хозяйствующего субъекта риски неизбежны. И, возникающие на предприятии риски зависят от ряда факторов, как от отраслевой принадлежности и вида экономической деятельности, так и специфики текущей хозяйственной ситуации предприятия. А, также имеют объективные внешние причины и факторы возникновения, которые практически не поддаются прогнозированию.

В риск-менеджменте предприятия на классификацию рисков «возложена обязанность» по созданию аналитической системы, позволяющей не упустить отдельные виды, подвиды и разновидности возможных рисков. Изучение выводов работ различных авторов позволит детально разобрать классификацию в процессе управления на конкретном предприятии. Поскольку ни одному предприятию невозможно избежать рисков своей хозяйственной деятельности, то необходимо, опираясь на научные концепции, разрабатывать собственную стратегию риск-менеджмента, в том числе и классификацию рисков в целях выявления наиболее значимых. Результатом такого подхода непременно выступит коммерческая успешность деятельности предприятия во внешней и внутренней сферах, его финансовая устойчивость и конкурентоспособность.

По результатам данного исследования было выявлено, что риски хозяйственной деятельности предприятия оказывают определенное воздействие на предприятие. Риски это сложное, многогранное понятие, исследование которых невозможно без их классификации, являющейся весьма обширной и разнообразной, что обуславливает изучение различные подходов при построении эффективной структуры управления на предприятии.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Корабейников, И. Н. Риск-менеджмент: учебное пособие / И. Н. Корабейников. — Оренбург: ОГУ, 2019. — 172 с.*
2. *Слепухина, Ю. Э. Риск-менеджмент на финансовых рынках: [учеб. пособие] / Ю. Э. Слепухина; [науч. ред. А. Ю. Казак]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 216 с.*

3. Суворова, А. П. Риск-менеджмент: учебное пособие / А. П. Суворова, О. М. Ретина; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2020. – 176 с.

4. Данов, А.А. Классификация рисков // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. - № 9 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-riskov> (дата обращения: 11.02.2023)

5. Малюгина, Т. В. Риски: понятие, общая классификация, виды и методы анализа / Т. В. Малюгина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 23 (261). — С. 269-272. — URL: <https://moluch.ru/archive/261/60387/> (дата обращения: 11.02.2023)

УДК 007

Облачные технологии как инструмент информационной мобилизации бизнеса в цифровой экономике

*Д.Д. Козлов, студент магистратуры, А. Г. Луховской, абитуриент
Научный руководитель: О.К. Луховская, д.э.н, профессор
Ивановский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия*

Аннотация: Стремительное распространение облачных технологий ставит перед организациями задачу их систему управления. Облачные вычисления являются сегодня наиболее популярной концепцией информационных систем. С их помощью ведение бизнеса становится эффективным. Данная статья посвящена анализу динамики развития беспроводных и проводных систем связи современными предприятиями и роли облачных технологий в их развитии.

Ключевые слова: облачные технологии, организации, Интернет, сервисы, экономика, эффективность, динамика показателей, прогноз, программное обеспечение, сетевой доступ

Annotation: The rapid spread of cloud computing poses a challenge for organizations to integrate cloud services into the system of work. With the help of cloud computing, doing business becomes efficient. Cloud computing is today the most popular concept of information systems. This article is devoted to the analysis of the dynamics of development of wireless and wired communication systems by organizations and the role of cloud technologies in their development.

Keywords: cloud technologies, organizations, Internet, services, economy, dynamics of indicators, forecast, software, network access

Сегодня облачные технологии – это то, чем почти каждый пользуется ежедневно. Облачные технологии развиваются стремительно и охватывают все больше и больше сфер деятельности. Это любая почта на Яндексе или Google, сетевые игры, онлайн развлечения и электронная торговля.

Альтернативой облачным технологиям выступают локальные компьютерные сети - техническая основа многих информационных систем.

Попробуем разобраться насколько эффективно продвигаются беспроводные системы. Для этого рассмотрим статистику использования классических на сегодняшний день проводных технологий. В настоящее время компьютеризация остается важным инструментом организации процессов и эффективности деятельности предприятия [1, с.216-217], моделирования оценки эффективности бизнес-процессов в условиях цифровизации экономики [2, с.45-46]. Локальная компьютерная сеть — это система взаимосвязанных компьютеров, работающих в пределах одного помещения, здания, одной организации. Рассмотрим статистику и выявим активность использования локальных сетей.

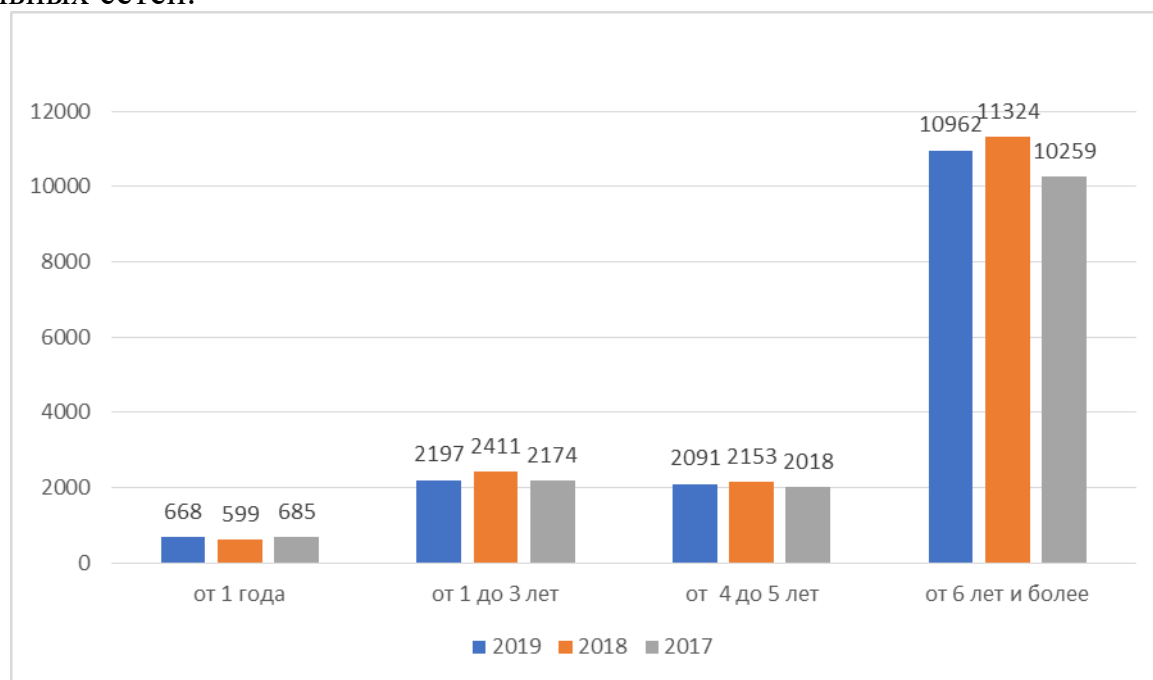


Рисунок 1 – Диаграмма числа организаций, использовавших локальную компьютерную сеть предприятия

Составлено авторами по данным формы № 1-технология «Сведения о разработке и использовании передовых производственных технологий» // <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1-tehnol.html>

Анализ представленных на рисунке 1 показателей позволяет выявить динамику использования локальных сетей в деятельности организаций за период с 2017 года по 2019 год. Исходя из диаграммы, мы видим, что локальная компьютерная сеть используется предприятиями в современной экономике как устоявшийся элемент информационной инфраструктуры. Число организаций, использовавших локальную компьютерную сеть в 2017-2019 гг практически не меняется и в динамике сохраняется на уровне 10659 организаций в среднем. Причем в 2018 году прирост организаций, имеющих статус работы «более 6 лет» составил 1065 ед. или 10 %. Анализ данных позволяет установить незначительную долю молодых организаций, использующих локальные сети.

В 2020 году прирост организаций, использовавших локальную компьютерную сеть, составил 19 % или 2091 единиц. В прогнозе в 2024 году организаций, использующих локальные сети, станет больше на 20% или на

2197 единицы. А вот в 2029 году показатель прироста организаций, работающих в статусе «использующих локальную сеть более 6 лет» существенно упадет на 668 организаций. Это говорит о предполагаемой проблеме, решение которой следует найти в оптимизации процессов использования локальности сети и намерениях предприятий совершенствоваться в использовании более широкого информационного пространства, в том числе облачных технологий.

В этой связи для сравнения информатизации деятельности российских предприятий рассмотрим динамику числа организаций, использовавших беспроводные системы связи (далее БСС).

Таблица 1

Анализ использования беспроводных систем связи организациями

Год	Число организаций, использующих БСС				Разработанные в отчитывающейся организации	Приобретенные в России	Приобретенные за рубежом	Запатентованные изобретения в используемых технологиях
	до 1 года, ед.	от 1 до 3 лет, ед.	от 4 до 5 лет, ед.	6 и более лет, ед.				
2019	981	539	1845	83	2465	905	45	62
2018	1006	537	1813	77	2435	877	61	82
2017	237	656	461	1413	73	1796	731	36

Составлено авторами по данным формы № 1-технология «Сведения о разработке и использовании передовых производственных технологий» // <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1-tehnol.html>

Анализ представленных в таблице 1 показателей позволяет выявить динамику организаций, использовавших беспроводные системы связи за период с 2017 года по 2019 год. Число организаций, которые внедряют беспроводные системы связи в целом растет. Однако, данное явление имеет специфику. В 2017 году число организаций, использующих беспроводную систему связи, составляло 1413 единиц. В 2018 году и в 2019 году широко развивающийся процесс перехода на беспроводную связь резко сокращается. Падение организаций, используемых беспроводные системы дошло до 77 и 83 единиц соответственно. Происходит «свертывания», т.е. сокращения деятельности. Таким образом наблюдается прерогатива организаций в использовании хозяйствующими субъектами проводного интернета.

Для наглядности представим результаты анализа на рисунке 2.

По данным статистики доля организаций, использовавших беспроводной Интернет, в общем числе обследованных организаций в 2019 году составила 3452 ед. или 37,2 %, в 2018 году 3356 организаций или 36,1%. В 2020 году число таких организаций растет до 39,9 %, а в 2021 году до 40,5 %.

Согласно анализу, данных динамика роста использования беспроводного Интернета организациями за период 2018-2021 гг. составила всего лишь 4,4%, что говорит о недопонимании отечественных организаций эффективности

развития данных технологий. Остановимся на основных преимуществах их развития.

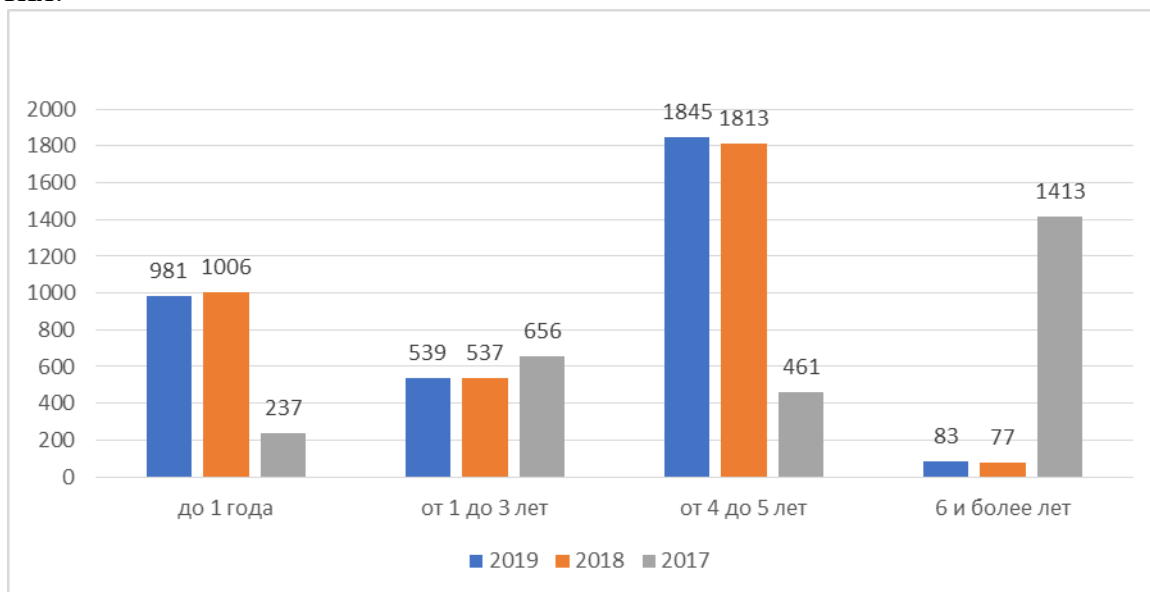


Рисунок 2 – Диаграмма числа организаций, использовавших беспроводные системы связи

Составлено авторами по данным формы № 1-технология «Сведения о разработке и использовании передовых производственных технологий» // <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1-tehno.html>

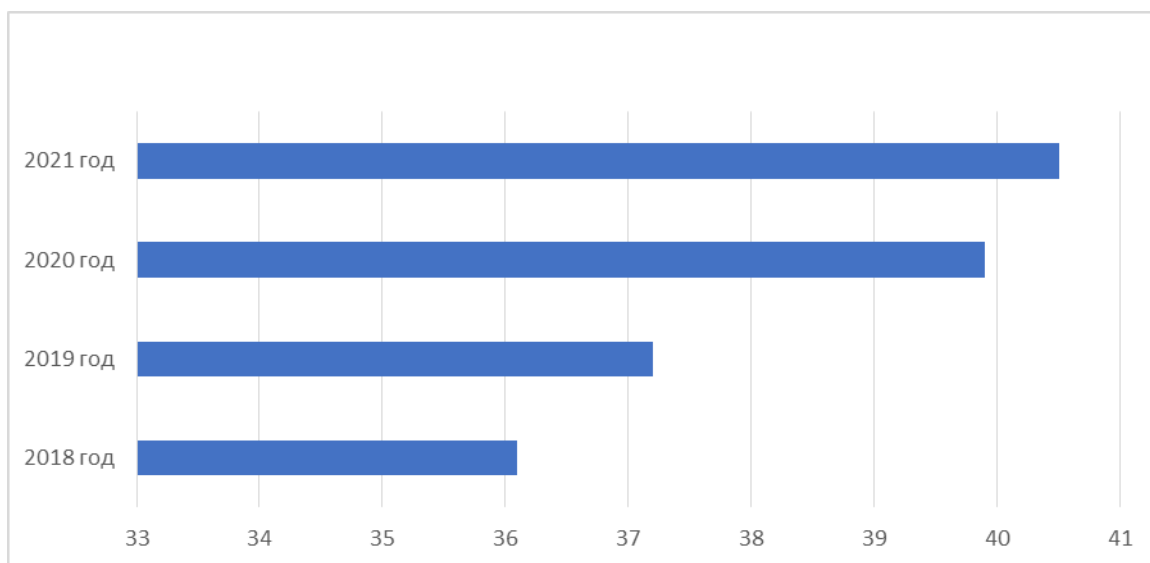


Рисунок 3 – Доля числа организаций, использовавших беспроводной Интернет в общем числе обследованных организаций

Особую роль в развитии беспроводной связи играют облачные технологии. Термин «Облако» относится к сети или Интернету. Другими словами, мы можем сказать, что Облако – это удаленная система, обеспечивающая доступ услуг через общедоступные и частные сети, т. Е. WAN, LAN или VPN. Речь идет о таких приложениях, как веб-конференции, электронная почта, управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) и пр. Это способ увеличения пропускной способности сетей без вложения в создание

новой инфраструктуры или предоставление ИТ-ресурсов в виде сервиса, который дает возможность формировать эффективность в работе предприятия [4, с.200-202]. При этом нет нужды готовить новые кадры или покупать лицензированное новое программное обеспечение. Входящие в облачные технологии сервисы, предоставляются в режиме реального времени через Интернет на основе подписки или платы за использование услуги. Это конечно расширяет существующие возможности пользователя в цифровой экономике. Особая роль в их развитии отводится участию пользователей в региональной системе продовольственного рынка [4].

Облачные вычисления предоставляют пользователю средства доступа к приложениям в качестве утилит через Интернет. Это позволяет создавать и настраивать приложения онлайн и обеспечивать манипулирование, настройку и удаленный доступ к аппаратным и программным ресурсам. Все это предлагает онлайн-хранилище данных, инфраструктуру и приложения.

Облачные вычисления являются независимыми от платформы. Не требуется устанавливать локально на ПК программное обеспечение. Таким образом, облачные вычисления делают наши бизнес-приложения мобильными и совместными [2].

Облачные вычисления имеют широкие перспективы применения в различных сферах. Например, в сфере образования, научных исследованиях и прикладных разработках, а также для дистанционного обучения [5]. Применение облачных технологий в учебном процессе позволяет сделать образовательное пространство открытым [6]. Например, сервисы Google используются в реальной деятельности, обеспечивающей развитие мышления, становление собственных идей и воспроизводство потенциала самой личности в информационном пространстве. Облачные вычисления - это модель удобного сетевого доступа к общему пулу, а именно к конфигурируемым вычислительным ресурсам: серверам, приложениям, сетям, системам хранения и сервисам.

Они могут быть быстро предоставлены без проблем формирования усилий в области управления процессами взаимодействия с провайдером.

Можно привести простой пример эффективности использования cloud computing. Раньше пользователю для доступа в электронную почту необходимо было использовать ПО (мессенджеры и программы), установленные на его ПК. В настоящее время он может это сделать через браузер, без использования посредников. Пользователь просто заходит на сайт той компании, чьи услуги электронной почты ему нравятся.

Облачные вычисления - это очень удобный инструмент цифровых технологий. Пользователь может переместить на свой облачный аккаунт любую информацию. Например, турфирма размещает информацию о разработанных турпродуктах по внутреннему туризму [7]. Пользователь может с любой точки мира зайти на облачный диск с любого устройства смартфона, компьютера, планшета и скачать всё, что нужно. При

необходимости пользователь может достать все программы и установить их в локальной сети. Для этого нужен лишь доступ в Интернет. Поэтому облачные хранилища очень удобны в использовании.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Компьютерное моделирование оценки эффективности бизнес-процесса управления продажами в условиях цифровизации экономики региона // Луховская О.К., Туртин Д.В., Рамазанов Д.И., Кочеткова Т.С. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 5-1. С. 45-53.

2. Цифровизация услуг в экономике предприятий сервиса // Луховская О.К., Шутлов И.А., Сибрина К.С. Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. № 5-2 (56). С. 215-218.

3. Информационные технологии, используемые для принятия управленческих решений // Луховская О.К., Машин А.Д. В сборнике: Теоретические и экспериментальные исследования в современной науке. Материалы международной научно-практической конференции. Сборник научных статей. 2019. С. 199-204.

4. Методические и концептуальные основы анализа и оценки развития регионального бизнеса в условиях продовольственной безопасности и цифровой экономики // Луховская О.К., Арефьева Н.Т. В сборнике: Экология и экономика: проблемы и поиски путей устойчивого регионального развития. Сб. стат. по материалам IV Всероссийской н-пр. конф. ИФ РЭУ им. Г.В. Плеханова. Иваново, 2022. С. 222-229.

5. Научное предпринимательство как инструмент развития экономики предприятий региона и цифрового бизнеса // Луховская О.К., Фомина Н.В. В сборнике: Развитие финансового рынка и предпринимательских структур в современных условиях. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, проводимой в рамках Всемирной недели предпринимательства. Волгоград, 2022. С. 20-26.

6. Вострова, А. П. Опыт применения геймификации в бизнес-процессах крупных компаний / А. П. Вострова, М. В. Воронин, Н. М. Коришунов // Прикладная информационная экономика: региональный аспект. – Иваново: Ивановский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова", 2021. – С. 74-82. – EDN IPWGGN.

7. Туристско-информационные центры России // Киреева М.М. В сборнике: Устойчивое развитие регионов России: от стратегии к тактике. сборник материалов I Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 120-128.

УДК 336.025

Антикризисное управление в строительных проектах

Д.А. Кубжанов, студент

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

Аннотация. Кризис — это внезапное и неожиданное событие, которое угрожает нарушить деятельность организации и представляет, как финансовую, так и репутационную угрозу, в этом контексте термины «кризис» и «изменение» теперь являются тем, с чем компании должны иметь дело. Обе

ситуации вызывают неопределенность, которая заставляет компании искать новые стратегии для поддержания этой неопределенности. Строительные компании, осознающие важность кризиса, ощутили необходимость внедрить антикризисное управление с целью преодоления таких кризисных ситуаций с наименьшими возможными потерями и получения конкурентного преимущества. Основной целью данной статьи является изучение важности антикризисного управления в строительных проектах и анализ факторов, влияющих на антикризисное управление в строительных проектах.

Ключевые слова: кризис, изменение, неожиданное событие, репутационная угроза, неопределенность.

Annotation. A crisis is a sudden and unexpected event that threatens to disrupt the activities of an organization and poses both a financial and reputational threat, in this context, the terms "crisis" and "change" are now what companies have to deal with. Both situations cause uncertainty, which forces companies to look for new strategies to maintain this uncertainty. Construction companies, realizing the importance of the crisis, felt the need to implement anti-crisis management in order to overcome such crisis situations with the least possible losses and gain a competitive advantage. The main purpose of this article is to study the importance of crisis management in construction projects and to analyze the factors influencing crisis management in construction projects.

Keywords: crisis, change, unexpected event, reputational threat, uncertainty.

Кризис – это ситуация, с которой сталкивается группа или организация, с которой они не могут справиться, используя обычные рутинные процедуры. Это может произойти в результате непредсказуемых событий и непредвиденных последствий. Оба являются общей чертой строительных компаний из-за долгосрочного характера проектов. Поэтому требуется их эффективное управление для предотвращения кризисов и разрешения их в случае возникновения такой ситуации. Элементы кризиса включают угрозу для организации, элемент неожиданности, короткое время принятия решения и необходимость перемен.

Антикризисное управление представляет собой непрерывный процесс, который включает в себя как упреждающие, так и реактивные действия с целью выявления кризиса, планирования реагирования на кризис, противостояния кризису и разрешения кризиса.

Процесс антикризисного управления состоит из трех основных периодов: до, во время и после кризиса. К ним относятся: 1) предкризисный период включает в себя подготовку к кризису и планирование, когда организация остается неосведомленной до тех пор, пока кризис не спровоцируется; 2) кризис включает триггерное событие и последующий ущерб; и 3) посткризисный период включает в себя изучение прошлого опыта, который затем используется на докризисном этапе.

Управление кризисом можно хорошо объяснить на основе концептуальной основы, которая рассматривает управление кризисом как циклическое явление, включающее различные фазы.

Этапы цикла антикризисного управления: 1) фаза предотвращения, которая включает в себя обнаружение предупредительных сигналов и принятие мер по смягчению последствий кризиса, 2) фаза подготовки, которая включает в себя диагностику уязвимостей и разработку антикризисного плана, 3) фаза реагирования, которая охватывает работу во время фактического кризиса. инцидента, с целью взять ситуацию под контроль и смягчить ее негативные последствия и, наконец, 4) этап восстановления охватывает меры, предпринятые для восстановления и восстановления того, что было разрушено или повреждено во время кризиса.

Маркус Халлгрэн и др. наблюдали природу кризисов и средства их устранения, которые мешали реализации проекта международной строительной компании, и рассматриваются в этом исследовании. Различные кризисы изучались в рамках подхода «проекты как практика». Была дана характеристика как характера этих кризисов, так и способов управления ими. Управление проектами имеет определенную привлекательность для людей, которые избегают рутинного, ежедневного образа жизни. Неопределенность, связанная с созданием уникальных продуктов, подразумевает, что каждый день может приносить новый опыт. В этом отношении, Павлак обсудил противопожарные аспекты управления, связанные со сбоями, которые угрожают проектам, и кризисами, затрагивающими организации. Как следует из литературы, как внезапные, так и кумулятивные явления наблюдались в проекте, являющемся практическим исследованием международной строительной фирмы, несмотря на подход компании к управлению рисками. Поэтому окончательная ответственность за их обработку различных кризисов лежит на менеджере проекта [5].

Селим Сахина и др. рассматривали антикризисное управление как процесс, который включает в себя улавливание и оценку кризисных сигналов, и необходимость принятия и реализации необходимых мер предосторожности для преодоления кризиса с минимальным ущербом. Обнаружение сигналов раннего предупреждения о кризисе помогает фирмам предотвратить возникновение кризиса и выжить без огромных финансовых потерь. Факторы, которые помогают строительным фирмам выжить без дефектов, можно перечислить следующим образом:

1. Улавливание косвенных сигналов до кризиса.
2. Разработка проактивных методов защиты от кризиса.
3. Взятие кризиса под контроль.
4. Принятие необходимых мер после кризиса для восстановления фирмы.
5. Запись уроков, извлеченных из кризиса.

Мария Джаннакура и др. все определили кризисы как необычные события, которые угрожают основным структурам, неопределенность и сжатие времени при принятии решений. Выборка греческих компаний была сфокусирована для представления предварительного исследования влияния кризиса на выбор управленческих практик, инноваций и формализации. Будут представлены представления менеджеров относительно неопределенности и ожиданий относительно будущего кризиса, поскольку было обнаружено, что они влияют на понимание и формируют курс действий. Будут представлены финансовая устойчивость и конкурентные преимущества компаний, а также восприятие менеджерами экологической неопределенности и ожидания относительно будущего кризиса, поскольку было обнаружено, что они влияют на понимание и формируют курс действий [4].

Михал Вондрушка считал кризисы общей чертой строительных проектов из-за их долгосрочного характера. Кризисы проявляются во внезапных вспышках большого количества мелких неуправляемых рисков или во внезапном пагубном влиянии крупного риска. В результате кризис строительного проекта ставит под угрозу основные цели проекта (бюджет, сроки, качество), а также репутацию и ноу-хау ответственной компании. Использование кризисной коммуникации как формы антикризисного управления используется в антикризисном управлении строительством. Хорошая коммуникация необходима для эффективного антикризисного управления, поскольку информация является противоядием от неопределенности, порождаемой кризисом. Чтобы управление кризисом в строительстве было функциональным, передача информации о текущем состоянии кризиса должна быть своевременной, надежной и должным образом представленной.

Ян И. Митрофф и др. оценивали корпоративные кризисы как бедствия, спровоцированные людьми, организационными структурами, экономикой и/или технологиями, которые наносят значительный ущерб человеческой жизни, природной и социальной среде. Они неизбежно подрывают как финансовую структуру, так и репутацию крупной организации. Чтобы эффективно управлять кризисами, организации должны сначала знать обо всех фазах и шагах, связанных со всем процессом антикризисного управления. Далее, они должны знать о различиях между фазами.

Эмин Окал и др. наблюдали различные экономические кризисы, которые затронули турецкую экономику, и строительная отрасль всегда была в числе наиболее пострадавших; давая представление о том, что комплексный подход к управлению кризисом неизбежен. Так, было проведено анкетирование высшего руководства 120 строительных компаний для изучения степени применения антикризисного управления в отрасли. Результаты показали, что политика правительства и нестабильные рыночные условия были наиболее важными причинами кризиса для турецких строительных компаний. Между тем, только небольшое количество компаний использовало систематическое антикризисное

управление, а масштабы применения антикризисного управления варьировались в зависимости от размера и структуры компаний [1].

Корпорации Granville King с созданными командами кризисного управления могут общаться и эффективно реагировать в случае кризиса. Цель этой статьи состоит в том, чтобы предположить, что эффективное антикризисное управление зависит от нескольких факторов, связанных с командой, которые могут повлиять на реакцию организации и ее этическую ответственность. Перед кризисом организация и команда кризисного управления обязаны периодически обновлять антикризисные планы, обучать кризисную команду новым навыкам, переоценивать кризисный портфель и вносить любые улучшения в систему кризисной коммуникации [2].

Марек Томастика и др. в сегодняшних условиях жесткой конкуренции считали, что можно предположить, что организации будут все больше конкурировать за наиболее способных сотрудников, продолжающих углублять свои знания, способных использовать не только обычный, но и антикризисный менеджмент. Управленческая компетентность состоит из навыков и способностей, способствующих отличной работе антикризисных менеджеров. Кризис-менеджер должен быть сильной управленческой личностью, способной справиться с морально и физически сложным процессом, и восстановлением компании. Кризис-менеджер должен хорошо справляться с кризисными ситуациями, необходимо постоянно развивать свою управленческую компетентность [3].

Кризисы — это необычные события, которые угрожают основным структурам, вносят высокую неопределенность. Как внезапные, так и кумулятивные факторы наблюдались в проекте как практика международной строительной фирмы, несмотря на подход компании к управлению рисками. Кризисы являются общей чертой строительных проектов из-за долгосрочного характера проектов. Кризисы проявляются во внезапных вспышках большого количества мелких неуправляемых рисков или во внезапном пагубном воздействии крупного риска. Отношения с поставщиками, дизайн и технические факторы, повышение цен, нехватка человеческих ресурсов и факторы окружающей среды — вот некоторые из важных аспектов, которые следует учитывать при управлении кризисом в организации.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Эмин Окал, Эмель Лаптали Орал и Эркин Эрдис (2006 г.), «Антикризисное управление в строительной отрасли Турции», *Building and Environment*, Vol. 41, стр. 1498–1503.

2. Грэнвилл Кинг (2002 г.), «Антикризисное управление и эффективность команды: более пристальное изучение», *Журнал деловой этики*, Vol. 41, стр. 235–249 Ян И. Митрофф, Пол Шривастава и Фирдаус Э. Удадия (1987), «Эффективное антикризисное управление», *Академия управления*, 1987, Vol. 1, № 3, стр. 283-292.

3. Марек Томастика, Ян Стромандлб и Петр Чеч (2015 г.), «Управленческая компетентность антикризисных менеджеров», *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 174, стр. 3964 – 3969.

4. Мария Джаннакура, Марула Кантараки и Василики Христопулу (2015 г.), «Восприятие кризиса греческими МСП и его влияние на управленческую практику», *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 175, стр. 546-551

5. Маркус Халлгрен и Тимоти Л. Уилсон (2007 г.), «Природа кризисов в строительных проектах и управление ими: практические наблюдения за проектами», *Международный журнал управления проектами*, Vol. 26, стр. 830-838

УДК 336.6

Анализ ликвидности и платежеспособности организации

*Д.Г. Нестерова, студент,
Научный руководитель: А.А. Снатенков, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В данной статье проведен анализ показателей ликвидности и платежеспособности организации. Исследование было проведено на основе бухгалтерской и финансовой отчетности ПАО «Россети Волга». Представлены и обоснованы полученные результаты.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, бухгалтерская отчетность.

Annotation. This article analyzes the indicators of liquidity and solvency of the organization. The study was conducted on the basis of the accounting and financial statements of PJSC Rosseti Volga. The obtained results are presented and substantiated.

Key words: liquidity, solvency, financial statements.

В экономической сфере для организации очень важно иметь хорошие показатели ликвидности баланса и платежеспособности для того, чтобы стабильно и устойчиво существовать на рынке.

Под ликвидностью баланса понимают готовность компании в быстрое время и с минимальными затратами и усилиями конвертировать имеющиеся у организации активы в денежные средства. Ликвидность баланса может быть достигнута путем балансирования активов предприятия и его обязательств.

Платежеспособность же организации представляет из себя способность компании исполнять имеющиеся финансовые обязательства как перед внутренними, так и перед внешними партнерами, а также перед государством полно, достоверно и своевременно [1].

Компания считается ликвидной и платежеспособной в тот момент, когда активы, имеющиеся у организации, превышают её финансовые обязательства.

Для того, чтобы организация не стала банкротом, и чтобы просто стабильно функционировала на конкретном рынке, необходимо проводить анализ ликвидности баланса и показателей платежеспособности [2].

Анализ ликвидности и платежеспособности будем проводить на основе финансовых данных ПАО «Россети Волга». Основным видом деятельности исследуемой компании является передача электроэнергии и технологическое присоединение к распределительным электросетям. Организация осуществляет свою деятельность на территории 7 регионов Приволжского федерального округа.

В таблице 1 проведем анализ ликвидности баланса ПАО «Россети Волга».

Таблица 1

Анализ ликвидности баланса (на конец года), тыс. руб. ПАО «Россети Волга»

АКТИВ	2019 г.	2020 г.	2021 г.	ПАССИВ	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Наиболее ликвидные активы (А1)	882	459	742	Срочные обязательства (П1)	7942	7955	9510
Быстро реализуемые активы (А2)	6251	5667	5738	Краткосрочные обязательства (П2)	11	29	36
Медленно реализуемые активы (А3)	3011	3840	3479	Долгосрочные обязательства (П3)	10226	13284	13610
Трудно реализуемые активы (А4)	55826	57832	59900	Постоянные пассивы (П4)	47645	46532	46701
Баланс	65826	67800	69856	Баланс	65826	67800	69856

На основе полученных данных из таблицы 1 проведем расчеты с активами и пассивами ПАО «Россети Волга» для того, чтобы получить платежный излишек или недостаток (рис.1).

Следовательно, можно сделать вывод о том, что ПАО «Россети Волга» практически неликвидна, потому что 3 показателя из 4 не соответствуют положенным значениям.

Исходя из первого неравенства можно сказать, что исследуемая организация в период с 2019 г. по 2021 г. имела плохую платежеспособность на даты проведения анализа показателей.

Второе неравенство является единственным, которое было выполнено. На основе этого можно сделать вывод о том, что больший объем в исследуемый период принадлежит запасам, чем краткосрочным пассивам. Это значит, что компания может стать платежеспособной, если в короткие сроки будет исполнять требования кредиторов.

Третье неравенство тоже не было выполнено. Это говорит нам о том, что в период с 2019 по 2021 гг. ПАО «Россети Волга» не имела возможности быть

платежеспособной от поступлений средств с реализации продукции в период средней продолжительности одного оборота оборотных средств.

На основе четвертого неравенства, которое также не выполнено, можно сделать вывод о том, что в исследуемый период у компании прослеживалась недостаточность собственных оборотных средств.

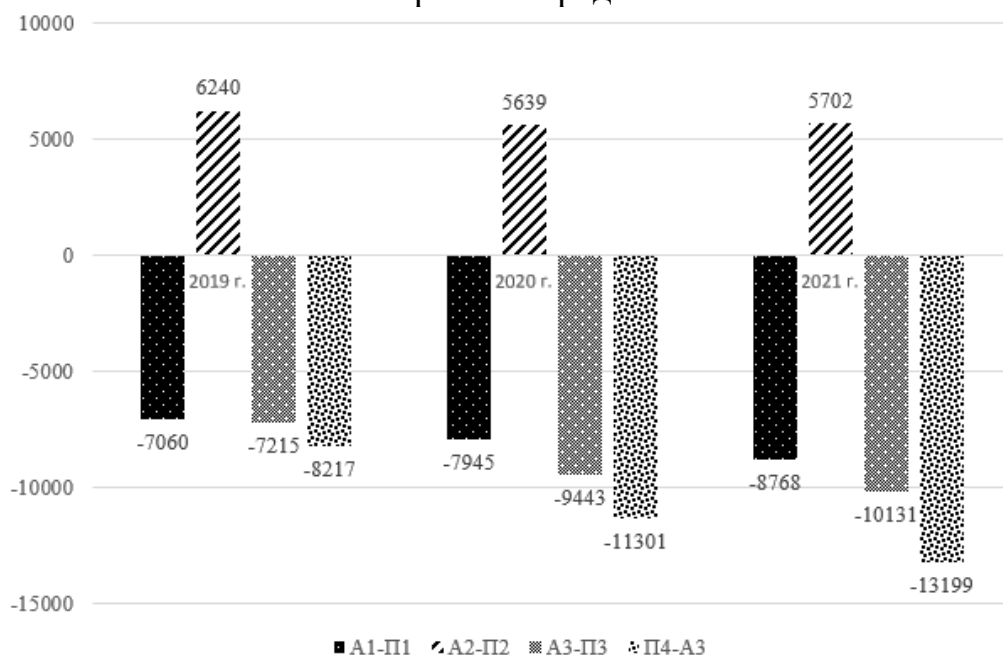


Рисунок 1 – Исчисленный платежный излишек или недостаток между активами и пассивами ПАО «Россети Волга»

При проведении анализа ликвидности и платежеспособности организации применяют также коэффициентный анализ (табл. 2), который оценит готовность компании отвечать по своим финансовым обязательствам.

На основе полученных результатов можно сказать, что все коэффициенты за период с 2019 г. по 2021 г. имели тенденцию к снижению. Это говорит о том, что ПАО «Россети Волга» практически неликвидна, так как сами показатели имеют низкие значения.

Таблица 2

Анализ показателей платежеспособности ПАО «Россети Волга»

Название показателя	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение 2021 г. к 2019 г. (+/-)
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,11	0,05	0,07	-0,04
Коэффициент «критической оценки»	0,76	0,76	0,67	-0,09
Коэффициент текущей ликвидности	1,12	1,03	0,89	-0,23
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,79	-1,13	-1,32	-0,53

Коэффициент абсолютной ликвидности в исследуемом периоде снизился на 0,04. Приемлемое значение данного коэффициента варьируется от 0,2 до 0,5. Исходя из наших показателей, можно сказать, что за счет денежных средств может быть погашена достаточно малая часть краткосрочной задолженности: в 2019 году может быть погашена 0,11 часть краткосрочной задолженности, в 2021 году – 0,04 часть.

Коэффициент «критической оценки» за 2019-2021 гг. уменьшился на 0,09. Оптимальное значение для данного показателя является 0,7-0,8. В 2019 году коэффициент «критической оценки» был приемлемым и составил 0,76. В 2021 же году показатель снизился и составил 0,67, где уже не входит в оптимальный промежуток. Это значит, что за счет быстро реализуемых активов в 2019 году можно было легко погасить большую часть краткосрочной задолженности, а именно 0,76. В 2021 же году это будет затруднительным процессом, так как в 2021 году ПАО «Россети Волга» могла погасить только 0,67.

Коэффициент текущей ликвидности в исследуемый период снизился на 0,23. Приемлемое значение для этого коэффициента составляет от 1 до 2. В 2019 году показатель входил в этот промежуток и составил 1,12, в 2021 году уже составил 0,89. Это говорит нам о том, что, мобилизовав все оборотные средства, в 2019 году можно было бы погасить 1,12 текущих обязательств, а в 2021 году – 0,89.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами как в 2019 году, так и в 2021 году имеет отрицательные значения, а также имел тенденцию к снижению. Здесь необходимо сказать, что материальное положение ПАО «Россети Волга» в исследуемые периоды было достаточно плохим, а также ухудшилось. При показателе ниже 0,4 организации грозит банкротство. Необходимо сказать, что данная организация практически не имеет собственные оборотные средства, а существует за счет заемных средств [3].

Исходя из выше всего сказанного, необходимо отметить, что ликвидность и платежеспособность – это одни из важных показателей организации, так как они помогают не только устоять организации «на плаву», но и отражают в каком-то смысле имидж и рейтинг организации, на которые будут смотреть спонсоры, инвесторы.

Исследовав ПАО «Россети Волга», можно сделать небольшой вывод о том, что организация практически не платежеспособна и не ликвидна. Компания существует на заемные средства и почти не окупается. Предложением для предприятия будет пересмотреть организационный процесс, а именно пересмотреть поставщиков, поработать над рекламой, провести повторное сегментирование.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мурсалиев М.С. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия // *Актуальные исследования*. 2022. №39 (118). С. 49-51.

2. Снатенков А.А. Практикум по бухгалтерскому учету и анализу: учебное пособие /А. А. Снатенков, И. В. Воюцкая. -Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2013.
3. Мустиева, М. А. Методические основы анализа платежеспособности организации / М. А. Мустиева, З. Х. Саракаева. // Молодой ученый. 2018. № 42 (228). С. 211-215.

УДК 338

Анализ показателей рентабельности организации ООО «Тенториум»

Н.Б. Пикельнер, студент

*Научный руководитель: А.А. Снатенков, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. Существуют разные виды финансовых методов, которые используются для оценки предприятий. В данной статье проведен анализ показателей рентабельности ООО "Тенториум" из Пермского края. Проанализирована оценка уровня финансового состояния ООО «Тенториум». Также рассмотрены данные деятельности компании на период 2019-2021 годов.

Ключевые слова: показатели рентабельности, факторы, прибыль, финансовый анализ, торговля.

Abstract. There are different types of financial methods that are used to evaluate enterprises. With the help of this article, an analysis of the profitability indicators of Tentorium LLC from the Perm Region was carried out. An assessment of the financial condition of Tentorium LLC has been recorded. The company's performance indicators for the period 2019-2021 have also been determined.

Keywords: profitability indicators, factors, profit, financial analysis, trading.

Любой бизнес, который связан с продажей товаров или услуг, имеет свою цель – получение прибыли. Финансы, которые были вложены первоначально могут быть настолько велики, что сложно понять, насколько прибыльно предприятие. Понятие «рентабельность» используется для понимания эффективности бизнес-процессов, менеджмента, перспектив фирмы и правильности использования ресурсов [1, с.113].

Прибыль или убыток – это показатели эффективности потребления разных ресурсов организации, что выражается в данных за определенный период. Результатом считается числовое или процентное значение и выявляется с помощью формулы.

Чтобы оценить рентабельность, нужно учитывать множество параметров. Каждый показатель рассчитывается отдельно и вычисляется с помощью специальной формулы. В расчет берутся данные капитала, прибыли, активов, выручки, которые отражаются в бухгалтерской отчетности [2, с.138].

Для наглядного дадим оценку показателей рентабельности международной компании ООО «Тенториум». Организация базируется в Пермском крае. Основной деятельностью считается производство и продажа товаров для здоровья и красоты с использованием продуктов пчеловодства, трав и иных природных компонентов. ООО «Тенториум» было создано в 1996 году. Ежегодно компания получает различные награды за свою продукцию. Кроме этого, фирма постоянно развивается, осваивая новые ниши и разрабатывая новые товары, например, в 2019 году был начат выпуск сухих кормов с продуктами пчеловодства для кошек и собак.

Для расчётов показателей рентабельности необходимы данные, которые имеются в бухгалтерской отчетности компании, динамика показателей которых представлена на рис. 1.

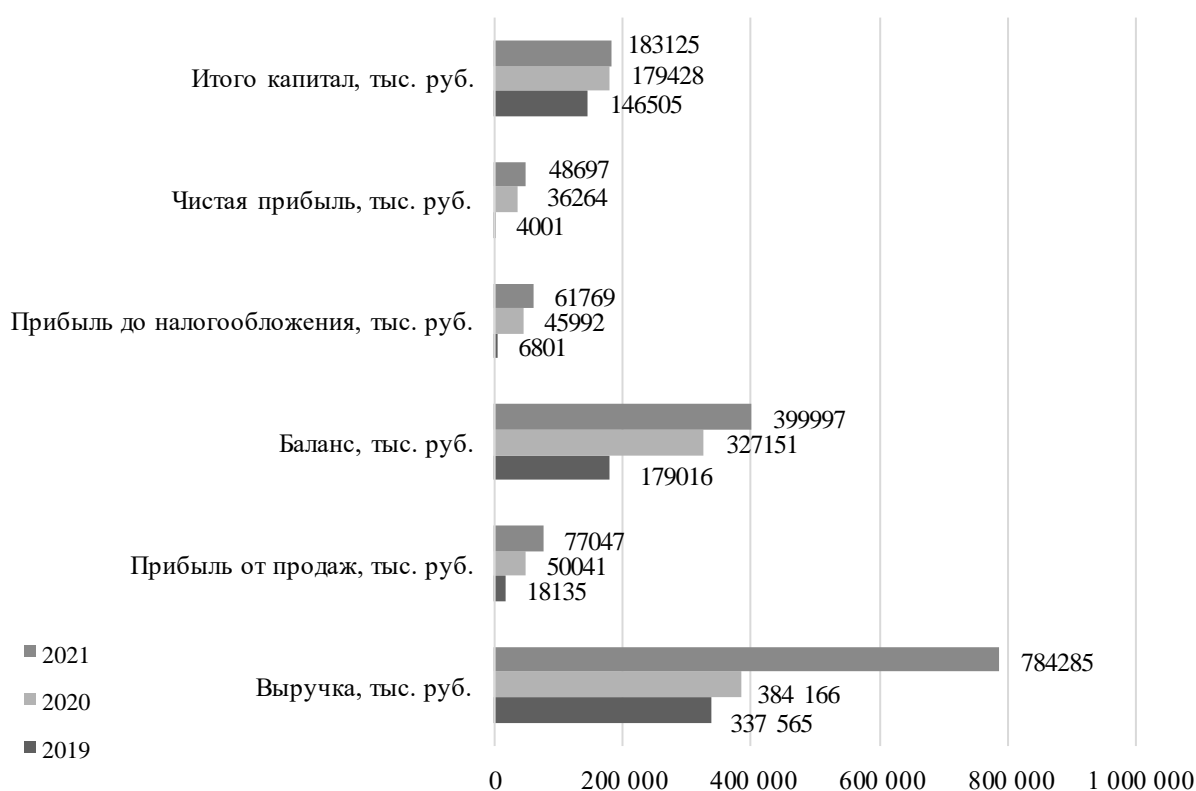


Рисунок 1 – Динамика показателей ООО «Тенториум», тыс. руб.

Судя по данным рис. 1, можно наблюдать колоссальный рост всех показателей с 2019 по 2021 год. Наибольший рост показала чистая прибыль – увеличение более, чем в 12 раз, прибыль до налогообложения рост 9 раз.

Руководители компании и ее владельцы хотят повышать уровень рентабельности предприятия. В этом случае необходимо рассматривать и учитывать факторы (внутренние и внешние), влияющие на показатели рентабельности.

Основные внешние факторы: размер налогов, изменение спроса (например, сезонное), общегосударственная либо региональная экономическая ситуация и политика в стране, санкции других стран и конкуренция.

Как правило, внутренние факторы – это сложившаяся ситуация на предприятии или те процессы, которые происходят в компании. Эти факторы можно отнести к числу наиболее важных. Количество и качество услуг или товаров; цена на продукцию. Объем производства: квалификация персонала (эффективные маркетинговые кампании); условия труда компании; организация логистики; техническое оснащение.

Обнаружение серьезных недостатков во внутренней организации предприятия может привести к снижению прибыли компании даже в случае удачных внешних факторов [3, с.18].

Дадим оценку показателей рентабельности фирмы ООО «Тенториум» по данным рис. 2.

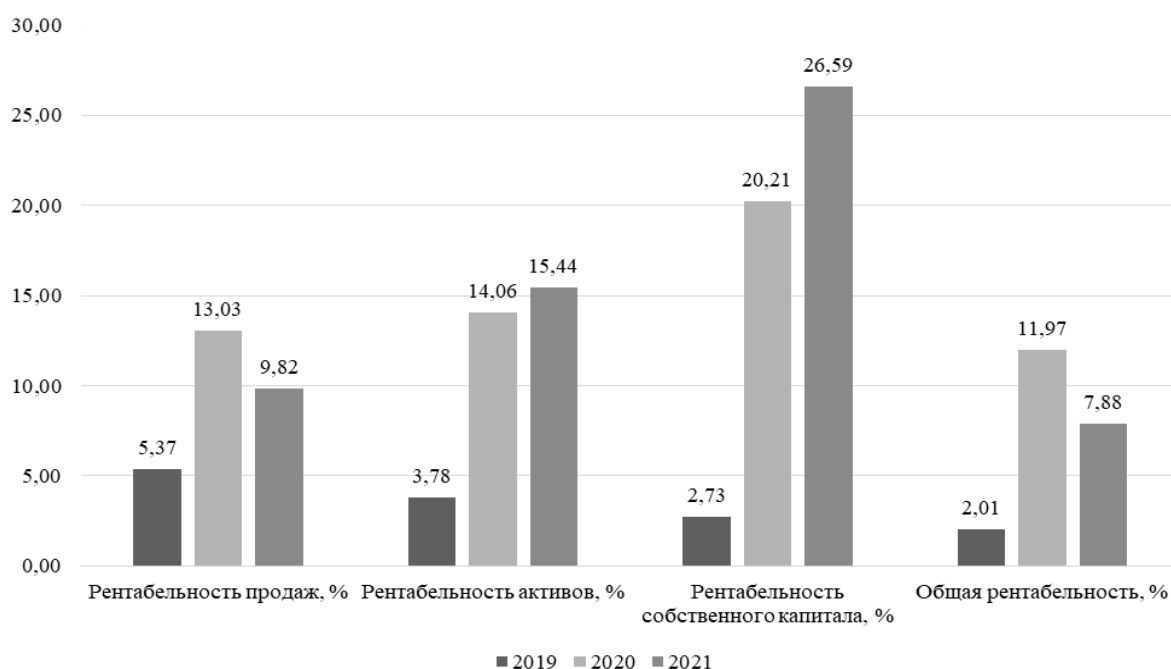


Рисунок 2 – Динамика показателей рентабельности ООО «Тенториум», %.

По данным рис. 2, можно заметить, что каждый из представленных показателей рентабельности продемонстрировал стремительный рост с 2019 по 2020 год. Рентабельность продаж выросла на 7,66 %, рентабельность активов так же увеличилась на 10,28 %. Рентабельность собственного капитала представила самый высокий результат – параметр увеличился на 17,48 %. Общая рентабельность фирмы с 2019 по 2020 год увеличилась на 9,96 %.

Однако с 2020 по 2021 год показатели рентабельности продаж и общей рентабельности сократились на 3,2 % и 4,1 % соответственно.

Рассчитав абсолютное отклонение показателей 2021 к 2019 году, можно отметить, что показатели рентабельности продаж и общей рентабельности продемонстрировали небольшой рост за 3 года на 4,45 % и 5,87 % соответственно.

Данные рентабельности активов и собственного капитала представили хорошие результаты. Рентабельность активов увеличилась на 11,66 % за 3 года.

Рентабельность собственного капитала показала рост на 23,86 % с 2019 по 2021 год.

В рамках нашего исследования проведём факторный анализ рентабельности активов и выявим какое влияние оказала оборачиваемость активов и рентабельность продаж на исследуемый показатель [4].

Влияние оборачиваемости активов на рентабельность активов показало, $\Delta \text{Рент.ак. обор. акт.} = (\text{Оборач. акт. отч} - \text{Оборач. акт. б}) * \text{Рент. прод. б} = (1,96 - 1,88) * 5,37 = 0,43 \%$, т.е. за счет роста оборачиваемости активов рентабельность активов выросла 0,43%.

Влияние чистой рентабельности на изменение величины рентабельности активов показало: $\Delta \text{Рент.ак. рент. чист} = (\text{Рент. прод. отч} - \text{Рент. прод. б}) * \text{Оборач. акт. отч} = (9,82 - 5,37) * 1,96 = 8,72 \%$ и за счет роста рентабельности продаж рентабельность активов также выросла, при этом на 8,72%

Суммарное влияние данных факторов будет определяться по формуле:

$$\Delta \text{Рент.акт.} = \Delta \text{Рент.ак. обор. акт.} + \Delta \text{Рент.ак. рент. чист} = 0,43 + 8,72 = 9,15 \%$$

Проведённое исследование показало, что представленные факторы повлияли положительно на рост рентабельности активов.

При этом на эффективность продаж в современных условиях оказала существенное влияние пандемия, а также изменения конъюнктуры рынка. Пандемия полностью изменила мир торговли. Именно в 2020 году ООО «Тенториум» стало осуществлять продажу своей продукции на Amazon и Ebay.

ООО «Тенториум» выпускает продукцию с натуральным составом, что обещает повышение иммунитета и увеличение продолжительности жизни, 2020 год – год пандемии стал периодом прорыва. В 2021г. за первое полугодие экспорт составил 21 миллион рублей. Продажи увеличилась в разы за счёт выхода на Amazon и Ebay, ежегодно открывается всё больше магазинов по всему миру. Снятый мультсериал «Пчелография» получает признание во многих странах мира.

Руководство компании отметило, что в допандемийные года огромный толчок в развитии компании дало участие в региональных форумах. А после, когда мир «перешёл в онлайн» участие в международных онлайн-мероприятиях позволило компании и дальше расширяться.

Таким образом, оценка рентабельности позволяет понять, каковы перспективы компании. В большинстве случаев они не отражают реальную картину работы компании. Для примера: активы могут изменять свою стоимость в течение определенного периода времени, поэтому однократно проведенный расчет рентабельности может быть некорректным. На сегодняшний день показатели при долгосрочном инвестировании обычно малы, а рассчитывать нужно коэффициент для различных условий и сроков.

Подобное исследование позволяет оценить эффективность деятельности фирмы, а также своевременно реагировать на возникшие слабые места. Кроме этого, оно даёт возможность оценить правильность выбранной маркетинговой стратегии.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Авдеенко И.А., Каёв Ю.А. Факторы повышения прибыли и рентабельности // Новая наука: От идеи к результату. 2016. № 5-1 (84). С. 112-114.
2. Бузаева Н.А. Анализ прибыльности и рентабельности предприятия // Научно-исследовательские публикации. 2014. № 4 (8). С. 136-139.
3. Давиденко В.А., Клепикова А.А., Бессонова Е.А. Анализ рентабельности предприятия в оценке эффективности его деятельности // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. №2 (28). С. 16-20
4. Снатенков А.А. Практикум по финансовому анализу. Оренбург, 2013. 79с.

УДК 338

Эффективность использования кейс-метода при отборе персонала

А.Е. Плотникова, студент

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

Аннотация. В данной статье дается определение кейс-методу, рассмотрено, что именно им проверяется и как с помощью него принимают кандидатов на работу в современных компаниях, а также представлена его значимость и отличие от остальных типов отбора персонала. Показано, насколько эффективен исследуемый метод на примере одной компании.

Ключевые слова: кейс-метод, подбор персонала, эффективность, оценка.

Abstract. This article defines the case method, considers what exactly it checks and how it is used to accept candidates for work in modern companies, and also presents its significance and difference from other types of recruitment. It is shown how effective the method under study is on the example of one company.

Keywords: case method, recruitment, efficiency, assessment.

Рыночная экономика представляет собой взаимодействие между собой хозяйствующих субъектов, в которых огромное значение имеет персонал, как фактор производства и носитель знаний. Именно кадры являются залогом успеха любого бизнеса. Качественный отбор персонала – важнейший фактор деятельности всей организации, поскольку стоимость неправильного или ошибочного подбора сотрудников высока.

На сегодняшний день существует множество различных способов и инструментов для подбора и отбора персонала, но их отличительная особенность заключается в том, чтобы кандидат и его профессиональные качества соответствовали стратегии бизнеса или компании.

К основным методам отбора персонала относятся: интервью, собеседование, анкетирование, тестирование, сбор информации и рекомендаций от предыдущего места работы. Какой именно путь привлечения подходит каждой организации можно определить только с учетом таких

факторов, как рынок труда, финансовые возможности компании и ее корпоративная культура [1].

Последнее время все чаще стал употребляться более иной подход к отбору кандидатов, такой метод называется кейс. Он предполагает смоделированную ситуацию на работе, с помощью которой можно выяснить, как человек оценивает сложившуюся обстановку и ведет себя в ней. Но данный метод не исключает проведения тестирования и анализа резюме, следует использовать его в связке с остальными.

Кейс-метод важен тем, что с помощью него можно увидеть реальное поведение кандидата в определённых или конкретных условиях. Он также позволяет оценить профессиональный потенциал оцениваемого и увидеть не только знания человека, но и его умение, навык и опыт [2].

Сам же кейс-метод появился в Гарвардской школе бизнеса, которая известна своими инновациями, в начале 20 века для учебного процесса на факультете права. Потенциальным студентам предложили проанализировать реальные ситуации из ведущих бизнес-практик. Им нужно было разобрать саму проблему и понять её источники формирования, а затем предложить свой наиболее рациональный путь решения. Такая практика вызвала интерес, поскольку содержала в себе проверку и теоретических знаний, и практических навыков, поэтому специалисты по отбору персонала стали внедрять в собеседования с кандидатами. В настоящее время он широко используется при приёме на работу, так как считается наиболее информативным методом оценки соискателя.

Кейс проверяет такие компетенции, как навык планирования, без которого нельзя решить его, навык делегирования, чтобы узнать какие задачи выбирает кандидат для распределения обязанностей, и навык анализа задач, позволяющий понять, как правильно человек расставляет приоритеты, важность и срочность порученных ему задач. Нельзя не отметить, что владение техниками тайм-менеджмента тоже не мало важно, поскольку соискатель должен реально рассчитывать затраченное время и уметь оптимизировать его [3].

Решение ситуационных задач выявляет навыки самоорганизации, умение выявлять явления действительности, способность ориентироваться в ситуации, расставлять приоритеты и ценности, определение уровня функциональной грамотности и ключевых компетенций, а также ориентирование в проблемах современной жизни.

При подготовке к проведению исследуемого метода различают как индивидуальные кейсы, так и командные, где уже участвует не только кандидат на должность, но и вся команда либо несколько людей. Последняя форма считается наиболее эффективной, поскольку определяет, кто из соискателей лидер, а кто рядовой сотрудник. На ряду с этим учитывается навык командной работы и деловых коммуникаций в рабочем пространстве [4].

Основное преимущество кейс-метода заключается в том, что, продумывая варианты решения проблемной смоделированной ситуации, кандидат вряд ли сможет ответить по шаблону, к которому можно подготовиться заранее. Данный метод достаточно легок в применении, но есть и минус – это неправильная оценка или вывод работодателя, исходя из ответа соискателя. Поэтому, если нет специальных навыков для работы и анализа результатов кейса, то его нужно применять аккуратно, а главное – заранее определить, что именно интересует в первую очередь при отборе персонала.

Но для того, что кейс-метод был максимально эффективен, нужно правильно его составить на начальном этапе. Важно, чтобы само содержание кейса было понятным кандидату, все необходимые данные и информация была озвучена в полном объёме без «лишней воды», а также, в его основе должна быть практическая ситуация с четкими критериями оценки. Этими правилами следует руководствоваться при проведении собеседования с соискателем. Хороший и правильно составленный кейс должен включать в себя несколько возможных вариантов решений [5].

В разных секторах экономики и в разных компаниях кейсы во многом различаются содержанием из-за многообразия сфер деятельности, но в основном этот метод применяется для офисных сотрудников. Например, в банках обычно используют цифровые кейсы, в которых нужно проанализировать статистические данные и сделать общий вывод. Помимо этого, есть и психологические тесты, где проверяется умение решать проблемные и конфликтные ситуации с клиентом. А в сфере услуг на должность маркетолога применяют кейсы для выявления знаний о самой рекламе и уместных правилах её использования, проверяются навыки увеличения и оптимизации объёма продаж, поиск целевых групп и т.д. Секретарей отбирают по таким кейсам, где необходимо расставлять приоритетные задачи и хорошо владеть тайм-менеджментом. Для рекрутеров характерны кейсы, которые связаны с быстрым и четким подбором и отбором персонала, определением ключевых компетенций кандидата, а также навык организации различных тренингов для сотрудников. Вопросы для кейса разные, но все проверяют навыки и умения в определенных ситуациях.

Один из наиболее частых примеров кейсов – это кейсы на оценку креативности и стрессоустойчивости. Их применяют во всех областях ведения бизнеса, где сталкиваются с подбором и отбором персонала на новые или вакантные должности.

Разнонаправленность кейсов во многом зависит от задач собеседования, они делятся на профессиональные, личностные и мотивационные. Каждый из них имеет определенную цель, которая заключается в выявлении ключевого умения или навыка. С помощью профессиональных кейсов определяется уровень квалификации кандидата и его соответствие требованиям должности, когда личные применяются для выявления особенностей характера и его поведения в различных ситуациях. А мотивационные позволяют понять

приоритеты соискателя, уровень мотивации и заинтересованность в карьерном росте. Но в последнее время специалисты стали выделять еще одну группу – это кейсы совместимости, которые проверяют, соответствует ли кандидат корпоративной культуре и определённым правилам компании, а также как он вписывается в коллектив [6].

В настоящее время кейс-метод стал чаще употребляться во многих российских компаниях, где при приеме на работу выявляются не только профессиональные качества, но и проверяются навыки и умения потенциального сотрудника.

К примеру, в Оренбургской области в ООО «Юрайт» кадровый отдел ответственно подходит к подбору персонала, поскольку данная организация специализируется на предоставлении бухгалтерских и юридических услугах и нуждается в квалифицированных сотрудниках. Она применяет кейс-метод для проверки знаний бухгалтеров и юристов основных законов, документов и умений работать в электронных программах, где ведётся бухгалтерский учет и документооборот. Рассматривая эффективность этой компании, можно сказать, что за счет хорошо подобранных и обученных профессионалов, фирма смогла не только «устоять на плаву» в экономический кризис 2020 года, но и приумножить свои финансовые показатели за последние пару лет, когда по всему миру был период пандемии и самоизоляции. Поэтому достаточно важно уделять особое внимание на умение кандидатов анализировать и принимать решения в нестандартных ситуациях, что как раз и проверяет кейс-методом.

Потенциальным сотрудникам, сталкивающимся с кейс-интервью при приеме на работу, рекомендуется не готовиться заранее, ведь нельзя предугадать что попадется и на какие именно компетенции направлен данный метод. Однако, все же существуют несколько базовых принципов для получения желаемой должности. Например, к ним относятся: доброжелательность, позитивность, вежливость. Следует не приукрашивать свой реальный опыт, так как работодатели всегда ценят честность, открытость, адекватную самооценку, умение брать на себя ответственность и реально смотреть на ситуацию, также можно упомянуть о навыке командной работы, это учтёт и оценит любая компания. Если получится выстроить доверительные отношения и психологический комфорт на собеседование – это залог успеха [7].

Результатом для проведения кейс-метода является развернутая картина и общее представление о том, как именно ведет себя человек в смоделированной нестандартной ситуации. Это требуется для того, чтобы сравнить данное поведение с наиболее желаемым для компании. Поэтому проведение кейс-метода отборе персонала является довольно результативным методом среди остальных.

Таким образом, для эффективного применения метода кейс-технологий для отбора кандидатов на вакантные места требуется наличие следующих требований: правильно составленный кейс, хорошо обученный персонал для рекрутинга, разработанная система оценки знаний и проверки компетенций

соискателей в процессе собеседования. К данному этапу следует подходить ответственно, поскольку он является основой для принятия обоснованных корпоративных решений, а значит от этого зависит качество и успех управления и конкурентоспособность организации.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Козлова Н.А., Барнаш А.В., Краснюк Л.В. «Основные требования, технологические особенности и условия формирования кейсов» // *Современные проблемы науки и образования*. 2020. № 1. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=29543> (дата обращения: 23.01.2023).
2. Лысенко Ю.Ю. Кейс-метод в обучении персонала // *Мудрый экономист*. – 2020. – № 5. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/keys-metod-v-obuchenii-personala> (дата обращения: 10.01.2023)
3. Пугачев В. П. *Управление персоналом организации. Учебник и практикум для академического бакалавриата*. – М.: Юрайт. 2019. С. 402.
4. Романович Г. Г. Кейс-метод: возможности и перспективы использования. – 2020. С. 101.
5. Сухорукова Е. А., Шепелева Л. С. Использование кейс-метода при подборе персонала // *Актуальные вопросы управления персоналом*. 2019. С. 243-249.
6. Тимошенко Н. А. Использование кейс-метода обучения в системе повышения квалификации работников социальной сферы // *Мир науки, культуры, образования*. 2020. №. 2 (81). С. 335-336.
7. Тихонов А. И. Современные методы оценки кандидатов при подборе персонала // *Московский экономический журнал*. 2020. №. 5. С. 631-637.

УДК 338.984

Анализ доходов и расходов организации

*Н.Н. Шилина, студент,
Научный руководитель: А.А. Снатенков, к.э.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Аннотация. В данной статье проведено исследование доходов и расходов организации на примере ООО «Твоеё». В исследовании применены как отдельный анализ обоих показателей, так и сравнительный, также проведена сравнительная оценка конкретных показателей. Данный анализ помог выявить, насколько эффективно в данной компании используются исследуемые показатели.

Ключевые слова: доходы, расходы, эффективное использование.

Annotation. In this article, a study of the income and expenses of the organization on the example of Tvoeye LLC was carried out. The study used both a separate analysis of both indicators and a comparative one; a comparative assessment of specific indicators was also carried out. This analysis helped to identify how effectively the studied indicators are used in this company.

Key words: income, expenses, efficient use.

В современном мире экономики организациям важно правильно и своевременно анализировать свои доходы и расходы. Данный процесс важен не только для того, чтобы стабильно существовать на рынке, но и для того, чтобы поддерживать свою конкурентоспособность.

Экономические субъекты малого и среднего предпринимательства должны понимать важность проведения экономического анализа своей организации. Это позволит не только контролировать движение средств организации, но и эффективно их использовать [1].

Целью проведения анализа доходов и расходов организации признается процесс выявления путей оптимизирования средств компании для того, чтобы получить максимально возможную прибыль и при этом сократить расходы. Также необходимо сказать, что данный анализ поможет руководству организации предвидеть возможные риски [2].

На примере ООО «Твоё» проведем анализ доходов и расходов организации, а также выясним эффективно ли происходит использование финансовых показателей.

Данная организация занимается розничной торговлей одежды на российском рынке в специализированных магазинах, поэтому ООО «Твоё» должно тщательно следить за доходами и расходами, чтобы правильно использовать данные показатели и вследствие этого не потерять клиентскую базу [3]. Рассмотрим исследуемые экономические показатели данной организации.

На рисунке 1 проанализируем доходы ООО «Твоё».

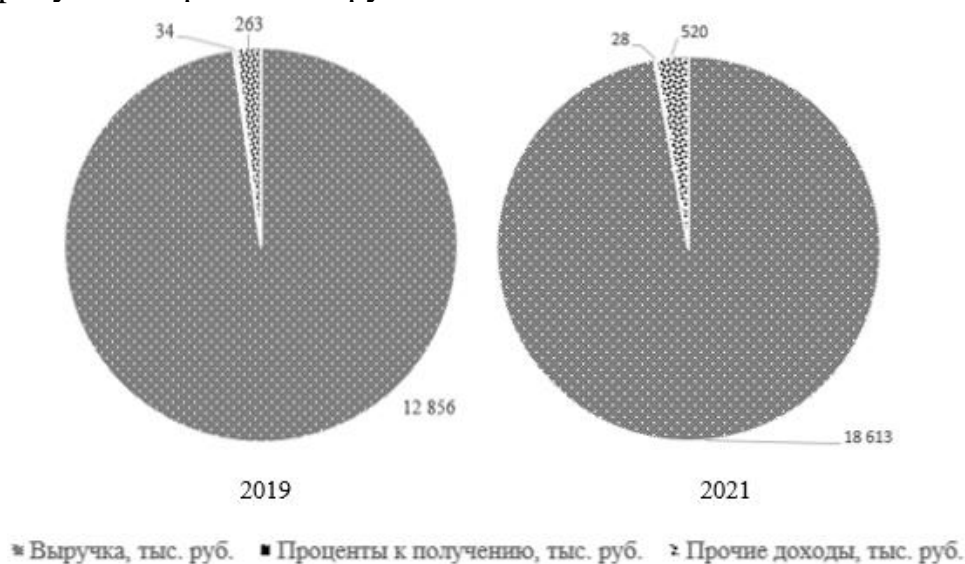


Рисунок 1 – Состав и структура доходов ООО «Твоё»

На основе полученных данных можно сказать, что в 2021 году по сравнению с 2019 годом показатели доходов ООО «Твоё» имеют значительные изменения. Так, например, выручка за 2019-2021 гг. возросла на 5757 тыс. руб.

Также возросла статья «Прочие доходы». За 2019-2021 гг. данный показатель увеличился на 257 тыс. руб.

Наименьшая доля приходится на показатель «Проценты к получению». Здесь размер показателя уменьшился на 6 тыс. руб.

На рисунке 2 проведем анализ расходов ООО «Твоё».



Рисунок 2 – Состав и структура расходов ООО «Твоё»

В расходах также наблюдаются изменения. Наибольшее изменение произошло по таким статьям, как «Себестоимость продаж» и «Прочие расходы». Показатель себестоимости увеличился в период с 2019 г. по 2021 г. на 3596 тыс. руб.

Проведем сравнительную оценку средних темпов роста показателей «Выручка» и «Себестоимость продаж». Средний темп роста выручки и себестоимости соответственно равен 120,3% и 122,1%. Другими словами, показатель «Себестоимость продаж» в среднем на 1,8% больше показателя «Выручка». Рост себестоимости произошел из-за роста расходов с реализацией, связанной с основной деятельностью компании.

Необходимо также рассмотреть коммерческие и управленческие расходы. Обе статьи уменьшили свои доли в структуре расходов, но несмотря на это, с каждым годом стабильно росли в абсолютных значениях. Так статья «Коммерческие расходы» увеличила свой объем на 1 096 тыс. руб., а статья «Управленческие расходы» - на 250 тыс. руб.

Для того, чтобы посмотреть на эффективность использования доходов и расходов ООО «Твоё», проведем сравнительный анализ доходов и расходов (табл. 1).

Исходя из таблицы 1, можно сделать выводы о том, что как доходы, так и расходы за 2019-2021 гг. в ООО «Твоё» имели свои изменения. И эти изменения, как видно по таблице 1, возросли. Самым главным для компании при манипулировании доходами и расходами – это то, чтобы доходы

определенно превышали расходы, что и получилось у исследуемой организации [4].

Таблица 1

Динамика показателей эффективности использования доходов и расходов ООО «Твое»

Показатели	2019г.	2020г.	2021г.	Темпы роста, %		
				2020г. к 2019г.	2021г. к 2020г.	в среднем за 2021-2019 гг.
Доходы, тыс. руб.	13 153	14 131	19 161	107,4	135,5	120,6
Расходы, тыс. руб.	12 950	13 555	17 837	104,6	131,5	117,3
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	262	725	1608	в 2,76 раза	в 2,21 раза	в 2,47 раза
Выручка, тыс. руб.	12856	13764	18613	107,0	135,2	120,3
Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	11727,5	13310	16188,5	113,4	121,6	117,4
Доходы на 1 рубль активов, руб.	1,12	1,06	1,18	94,6	111,3	102,6
Доходы на 1 рубль расходов, руб.	1,01	1,04	1,07	102,9	102,8	102,9

Доходы и расходы в ООО «Твое» увеличились соответственно на 20,6% и 17,3%. Другими словами, доходы стали выше расходов на 3,3%. Это определенно хороший результат. Ведь период с 2020 г. по 2021 г. был сложный для всех сфер жизни, так как в России и по всему миру была объявлена пандемия и карантин.

Также необходимо сказать, что доходы на 1 рубль расходов в 2019-2021 гг. имели тенденцию к увеличению. В среднем за исследуемый период данный показатель увеличился на 2,9%. Это говорит нам о том, что на 1 рубль расходов приходился 1 руб. и 2 коп.

Исходя из выше всего сказанного, необходимо отметить, что все экономические субъекты должны контролировать свои доходы и расходы. Это нужно для того, чтобы организации не только стабильно существовали на рынке, но и увеличивали свою прибыль и развивались.

На примере ООО «Твое» было показано, как можно провести анализ доходов и расходов компании. Как было выяснено, данная организация неплохо справилась за 2019-2021 гг., когда были пандемия и карантин не только в нашей стране, но и по всему миру. Организация не только «устояла на плаву», но и сумела увеличить уровень эффективности своих доходов.

Также, несмотря на то, что показатели данной организации возросли за исследуемый период, в экономике есть такое понятие как запаздывание. Для

данной компании можно предложить такие рекомендации, как не сменять темпы, улучшать и расширять рынки сбыта, а также проводить сегментирование рынка для дальнейшего развития.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Снатенков А.А. *Практикум по финансовому анализу*. Оренбург: 2013. 79с.
2. Панфилова Е.А. *Учет и анализ доходов и расходов в организации // Молодой ученый*. 2020. № 17 (307). С. 364-368.
3. Рощупкина Т.С., Никитина Н.Н. *Источники и методика анализа доходов, расходов и финансовых результатов организации // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. № 5 (39).2019. С. 172-179.
4. Пашкова А.А., Снатенков А.А. *Анализ финансовых результатов Оренбургской городской сетевой компании // Формирование механизмов устойчивого развития экономики региона. Сборник трудов II Всероссийской национальной научно-практической конференции (с международным участием)*. Отв. редактор Е.А. Фомина. Симферополь, 2022. С. 142-147.

Современные тенденции развития образования

УДК 378.147.227

**Применение информационных технологий в процессе изучения
иностранного языка**

Э.О. Агаева, студент

*Научный руководитель: Т.Г. Нестерова, к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Россия*

Аннотация. В настоящее время велик интерес к тем образовательным модификациям, педагогическим инновациям, технологиям и методам, которые оказываются наиболее эффективными для преодоления языковых проблем. В статье рассматриваются вопросы, посвященные использованию информационных технологий в процессе изучения иностранного языка. Проанализирован потенциал преимущества и образовательный потенциал: песни, фильмы, видео, чтение, специальные обучающие платформы.

Ключевые слова: информационные технологии, иностранный язык, интернет.

Annotation. Recently, there has been great interest in those educational models, pedagogical innovations, technologies and methods that are most effective for overcoming language problems. The article discusses issues related to the use of information technology in the process of learning a foreign language. The potential benefits and educational potential are analyzed: songs, movies, videos, reading, special learning platforms.

Keywords: information technology, foreign language, internet.

В настоящее время знание любого иностранного языка - это тяжелый труд. Однако иностранный язык дает возможность человеку приобщаться к мировой культуре, контактировать с друзьями, родственниками, коллегами, которые проживают в зарубежных странах. Кроме того, такой труд предоставляет шанс обучаться в высших учебных заведениях зарубежных стран.

Залог становления успешного человека – это владение английским языком вследствие того, что личностное и профессиональное развитие современного человека в большой степени зависит от знания этого языка. Работодатели часто приветствуют, а иногда даже и требуют, чтобы выпускник свободно мог изъясняться по-английски, чтобы поддерживать коммуникацию с

зарубежными партнерами [2]. Знание языка они нередко поощряют премиями и прибавками к заработной плате.

Цель статьи заключается в исследовании возможности применения информационных технологий в процессе изучения иностранного языка.

На сегодняшний день каждый человек использует для жизни, для общения информационные технологии. Сейчас уже невозможно представить себе современно оборудованное помещение без компьютера, интернета, аудио и видео проигрывателя.

Если говорить об образовательной сфере, то любой современный педагог использует информационные технологии для того, чтобы донести материал предмета легко, понятно, а самое главное интересно для аудитории.

Т.М. Веселова и ее коллеги отмечают, что песни на изучаемом иностранном языке оказывают положительное влияние на процесс восприятия и освоения учащимися языкового материала. [3, с 3].

Главной и основной целью изучения иностранного языка школьников и студентов является формирование коммуникативных умений, а также возможности обучаться, что предполагает практическое владение иностранного языка. В самом начале XXI века, изучение иностранного языка стало существенной потребностью, которая дает возможность выпускнику быть успешным сотрудником своей сферы деятельности, а также реализовать себя как личность.

На сегодняшний день, стало известно, что компьютерные технологии проникают во все сферы человеческой деятельности и формируют глобальное информационное пространство. Обладание знаниями языков и компьютерных технологий считается одним из значимых факторов уровня образования любого современного специалиста.

В обучающей деятельности существует два вида использования информационных технологий: для поддержания классических способов и обучение, которое осуществлено при помощи использования компьютера, что дает возможность увеличивать качество изучения иностранного языка [1].

В последнее время стало модно взаимодействие студентов с носителями иностранного языка через email и, также через социальные сети. Такого рода коммуникации между студентом и преподавателем, или среди студентов, дает возможность усовершенствовать знания иностранного языка и преодолеть барьеры замкнутости, а также страха говорения на другом языке.

Многообразие видов инструментов в изучении иностранного языка помогают студентам лучше освоить фонетику, произношение, пополнить словарный запас, освоить грамматические правила и уметь быстро, и правильно анализировать предложения.

Сейчас в интернете возможно отыскать огромное многообразие мультимедийных учебников, где возможно найти колоссальное число количество упражнений для обучающихся любых возрастов и различных уровней знаний.

Так же, благодаря интернету, люди, которые не имеют свободное время чтобы выйти из дома могут проходить курсы иностранного языка онлайн, так как в интернете существует множество онлайн-школ. Такой вид школ чаще всего используют ученики для подготовки к ЕГЭ/ ОГЭ или же для самообучения, а также мамы, которые хотят выучить иностранный язык, или же улучшить его, но находятся в декрете. Многие такие школы популярны тем, что они используют в своей образовательной системе такие способы изучения иностранного языка, как просмотр фильмов разного уровня сложности, общение с носителями языка, индивидуальные занятия. Одна из форм домашнего задания - запись своей речи на онлайн-платформе, чтобы потом получить комментарии и рекомендации от преподавателя. Так же можно составить персональную программу обучения, то есть преподаватель будет давать вам упражнения, которые соответствуют тому, как вы привыкли говорить на родном языке: быстро или медленно, много или мало, сложно или просто. Так же есть возможность подобрать именно того преподавателя, у которого стиль речи будет максимально похож на ваш.

Так же мы исследовали преимущества таких интернет-платформ, как Skyeng и Foxford.

Skyeng предлагает детям и взрослым индивидуальные занятия для изучения иностранного языка. В качестве преимуществ, интернет платформа предлагает нам расширенный спектр услуг: интерактивные уроки с преподавателем по индивидуальным программам обучения; большой выбор курсов обучения чтению, письму, аудированию и общению на английском для детей и взрослых; удобные условия изучения; бесплатное первое занятие; наглядный процесс обучения и постоянные отчеты о прогрессе; подготовка к ЕГЭ, что сейчас очень важно, так как в школе дают не всю информацию; программы обучения для компаний и учебных заведений; бесплатная отмена и перенос уроков английского, автоматическая проверка выполненных заданий; работа и обучение для преподавателей; сохранение всех обучающих материалов в личном кабинете после завершения курсов.

Foxford же предлагает нам: обучение у лучших преподавателей России по индивидуальным программам; большой выбор курсов, тестов и других занятий для учеников с 1 по 11 класс; много практических заданий, а также бесплатных методических и учебных материалов; высокое качество образования и эффективность; подготовка к поступлению в ВУЗ, к олимпиадам, сдаче ЕГЭ/ОГЭ; наличие государственной лицензии; домашние задания и видеосвязь с преподавателями; тестирование, пробники ЕГЭ и дни открытых дверей; удобная форма обучения и возможность добавления новых курсов.

Обзор интернет-платформ показал нам, что у них есть как общие, так и различные преимущества. Например, подготовка к ЕГЭ/ОГЭ, что очень важно не только для школьников, но и для их родителей. Так же можно провести тестирование своих знаний, чтобы увидеть результат. И так далее.

На практическом этапе исследования нами был проведен опрос среди студентов Оренбургского филиала второго курса экономической безопасности: «Средства, применяемые в изучении иностранного языка», наиболее популярным был ответ видео, или же фильмы, на иностранном языке. Этот способ удобен тем, что смотреть видео, или же фильм, можно на иностранном языке с русскими субтитрами, и наоборот. Благодаря такому способу можно слушать как носители языка произносят слова, выражения, а также учиться понимать, что они говорят. И, если вдруг вы не знаете какое-либо слово, то у вас всегда есть субтитры на вашем языке.

Второй по популярности был ответ: чтение книг на иностранном языке.

Такой способ удобен тем, что человек может читать и одновременно переводить. При чтении книги так же человек видит построение предложения, конструкцию, последовательность слов. А все не знакомые слова выделять, чтоб не забыть. И сразу с этим идет ассоциация, то есть человек понимает в каком контексте использовать слово. Однако не всегда возможно найти книгу в печатном виде. Поэтому большинство используют специальные приложения, в которые скачивают книги, либо читают через интернет. То есть они могут воспользоваться таким способом в любое свободное время и в любом месте.

Третье место по популярности занимает музыка. Музыка, песни могут стать хорошими помощниками в изучении иностранного языка при условии грамотного, тщательного отбора материала, его систематического подхода.

Анализ исследования показал, что использование информационных технологий в процессе изучения иностранного языка способствует повышению интереса обучающихся к языку, а также возможности его тщательного изучения. Так более 50% студентов изучают английский благодаря фильмам. Примерно 20% используют в изучении электронные книги на иностранном языке, а также слушают иностранную музыку.

Таким образом, применяя разнообразные интернет-платформы, возможно изучить и письменную и устную речь иностранного языка. Интернет дает возможность сделать и осуществить обоснованный выбор наилучшего варианта изучения иностранного языка с точки зрения рациональности затрат времени и средств, ведь благодаря интернету средства изучения иностранного языка являются современными и доступными для людей.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Нестерова Т.Г., Бабаина М.С., Овцинова В.Д. Потенциал современных обучающих интернет-ресурсов для изучения английского языка// Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы. сборник статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2020. С. 16-22.*

2. *Нестерова Т.Г. Развитие навыков говорения на иностранном языке в экономическом вузе // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в*

современных условиях. сборник XV Международной научно-практической конференции. Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова. Волгоград, 2020. С. 237-244.

3. Т.М. Веселова, Т.Е. Вильберг, Т.Е. Мишина, Е.И. Летавина, Н.Ю. Скокова, Пой и изучай английскую грамматику, учебное пособие по английскому языку, КАРО, Санкт-Петербург, 2006. 144с

УДК 371.2

Влияние постмодернизма на современное образование

*Ю.Е. Зайцева, студент магистратуры
Научный руководитель: Р.Р. Магомедов, д.и.н., профессор
Оренбургский государственный педагогический университет, Россия*

Аннотация: В данной статье рассматривается влияние постмодерна на современное образование. Освещается его сущность и роль в современном мире. Выделяются особенности противоречия классической системы преподавания и современного подхода к нему. Анализируется изменение в положении учителя и обучающего в реалиях XXI века.

Ключевые слова: современное образование, постмодернизм, постмодерн, педагогика, образовательный процесс, культура.

Abstract: This article examines the influence of postmodernism on modern education. Its essence and role in the modern world are highlighted. The features of the contradiction between the classical teaching system and the modern approach to it are highlighted. The article analyzes the change in the position of the teacher and the educator in the realities of the XXI century.

Keywords: modern education, postmodernism, postmodernism, pedagogy, educational process, culture.

Образование является важным процессом в современном мире. Мы не можем представить себе, что в XXI веке могут существовать люди, не получившие даже начального образования. Понимание о том, что вся современная культура влияет на образовательный процесс, приходит не сразу.

Из-за этого возникает вопрос: а какая она сейчас современная культура? Ответ кроется в постмодернизме, который окутывает всю современную философию. Феномен постмодернизма влияет на все стороны жизни современного человека. Что же такое «постмодернизм»?

Постмодернизм – это направление духовной жизни общества, зародившееся в середине XX века. Культурологи выдвигают проблему сущности постмодерна как одну из ключевых в современной науке. Для этого направления характерна игривость по отношению к действительности. К тому же постмодерн предполагает заимствование элементов разных направлений искусства для достижения результата. А результатом может являться любой

объект искусства, который принесёт какое-либо удовольствие или радость [8, с. 76]. Постмодернизм – это вызов логике, традициям, традиционному восприятию мира.

Но истоки постмодерна идут, конечно же, из его истории. Само направление зародилось из-за кризиса культуры, возникшего в Европе в 50-е года XX века. Эпоха модерна, которая характеризовалась рациональностью и гармонией, уже не отвечала запросам людей. Тогда-то и появился постмодерн. Он пришёл в культуру с полным отказом от классических ценностей, привёл с собой хаос и динамичное движение, которое сегодня не является чем-то новым для человека. В общество он пришёл быстрым темпом. Этот темп выражается в быстрой смене идеалов, кумиров, людей. К этому ещё прибавляется, что в XXI веке расцветает информационное пространство, которое захватывает людей. Оно в полной мере изменяет моральный облик человечества: ведь по канонам постмодерна не существует чего-то постоянного. Поэтому в современной науке не существует четкого определения постмодернизма, так как дискуссии о том, что же такое постмодерн, всё ещё идут в кругах исследователей [9, с. 50]. Но стоит отметить, что вся игривость постмодерна, которая выражена в современной культуре, породила определенные характерные черты: новизну, свободу, отрицание старого и воспевание нового.

В XX веке произошло изменение национального облика Европы – исследователи связывают это с демографическими изменениями, миграциями людей в разных регионах мира. Это повлияло на развитие постмодернизма в кругах общественности, так как культурный слой Европы расширился. Стал складываться общественный мультикультуризм, который проникал во все сферы жизни общества: от искусства до политики [4, с. 297]. Людям потребовались новые пути межкультурного диалога.

Так же, как и на весь мир постмодернизм повлиял на современное образование. Классическая педагогика не в состоянии предложить что-то новое, поэтому современная педагогическая наука находится в постоянном поиске новых образовательных технологий, которые бы смогли отвечать запросам современности [2, с. 3]. Современность диктует новые условия обучения, что связано с новым поколением детей, с которыми уже не работают классические приемы проведения уроков.

Современные исследователи находятся в постоянном поиске противоречий в классической системе образования и в той системе, которую предлагает постмодерн. Образование сегодня представляется гибридом двух отталкивающихся друг от друга сторон. Образовательный процесс изменяется – происходит что-то похожее на «конфликт поколений». Это заставляет исследователей и педагогов искать пути выхода из этого конфликта.

Так, приоритетным направлением становится не подача знаний, а развитие умения учиться. Культура постмодернизма потребовала увеличить участие обучающихся в образовательном процессе. Однако, в таком случае оценка качества обучения так же начинает устаревать. Требуются не только

новые подходы к самому обучению, но и к его оценке [5, с. 110]. Так, например, постепенно в итоговых аттестациях появляется большое количество заданий с развернутым ответом, которые требуют от обучающихся раскрытия их личного опыта с опорой на фактические знания. Само знание перестаёт быть объектом изучения и переходит в разряд субъекта. Объектом изучения становится восприятие обучающегося изученного материала.

Общение с обучающимися становится важнейшим инструментом для достижения поставленных на уроках целей. Диалог позволяет создать атмосферу равенства между участниками образовательного процесса. Развиваются умения разговаривать и исчезает страх «неправильного ответа». Для закрепления результатов используется не только внешняя оценка учителя, но и внутренняя оценка обучающегося – рефлексия.

Также современный мир потребовал от постмодернистского подхода к образовательному процессу добавить «игривости» в изучение материала. Это проявляется в большом количестве лично ориентированных заданиях. А подобный подход к образованию породил новую проблему: фактический материал хуже усваивается и смещает интерес обучающихся с самого предмета на их отношение к нему [7, с. 54]. Такой подход превращает классический урок в «театральное» действие, в котором обучающиеся становятся главными актерами, а учитель лишь фигура за кулисами, которому нужно лишь вовремя опустить занавес.

Постмодернизм предлагает современным обучающимся несерьезное отношение к миру, что приводит к падению и изменению духовного и морального облика подрастающего поколения. Из-за отсутствия устойчивой подачи знания, обучающиеся обретают качество инфантилизма в отношении мира, но приобретают восприятие себя как хозяина своей судьбы [6, с. 13]. Что опять-таки говорит о большем развитии личностных характеристик обучающихся, нежели развитие познавательных результатов. Такие обучающиеся не готовы брать ответственность за свою жизнь к моменту получения основного среднего образования и отказываются смотреть на мир с позиции реальности.

Учителя в рамках современного образования начинают рассматриваться в первую очередь как люди, выполняющие социальную функцию. Основным занятием педагога становится не передача накопленных знаний, а помощь подрастающему поколению в принятии личной и социальной ответственности [3, с. 18]. При таких условиях, педагог большую часть своего времени начинает тратить на воспитательную работу. Учитель в постмодернистской модели образования становится направляющим в развитии умения обучающихся учиться. Он направляет обучающихся разного уровня мотивации к исследованию нового [1, с. 14]. В таких условиях обучающийся будет в первую очередь изучать не тот материал, который ему необходимо пройти по программе, а тот, который ему интересен.

Здесь уже можно сказать об устаревании классической системы образования. Подрастающему поколению больше подходит разделение обучения по профилям: физико-математическое, естественнонаучное, гуманитарное, социально-экономическое. На современном этапе развития образования эта идея реализована в обучении 10-11 классов [10, с. 220]. Благодаря более быстрому развитию личностных результатов обучающихся, можно говорить о том, что возраст введения профильных классов можно понизить. Например, до девятого класса. Чтобы обучающиеся более ответственно относились к выбору своего жизненного пути. Но есть мнение, что делать это стоит начинать уже раньше. Некоторые западные образовательные организации уже разделяют детей на профили с самого детства. Это сделано из предположения, что ни одна область изучения не сможет быть изучена полностью. А это значит, что не стоит затрачивать внутренние ресурсы подрастающего поколения на изучение «лишнего» материала: достаточно вводить предметы общей направленности.

Несмотря на конфликтность двух систем – классической и постмодернистской – можно говорить о том, что на современном этапе гибрид этих систем является наиболее удачной образовательной моделью. Некоторые методы и приемы классической системы позволяют обучающимся не распыляться на все предметы и усваивать знания, проходя рабочую программу. А постмодернистская система добавила новизну и игровость, так необходимые современным обучающимся для усвоения материала. При этом личностные характеристики обучающихся не только не уходят на второй план, но и раскрываются в полной мере по ходу взросления обучающегося. Можно прийти к выводу о том, что современный «гибрид» образования неплохо справляется с образовательными задачами.

Таким образом, направление постмодернизма, зародившееся в XX веке, повлияло на все аспекты жизни современного общества, в том числе и на образование. Поменялось восприятие учебного процесса, что вызвало противоречия в образовательной системе: классические подходы больше не соответствуют ни запросам общества, ни восприятию подрастающего поколения. Развитие личностных характеристик обучающихся позволяет выпускать из школы более подготовленных к современной жизни людей, которые сами выбирают свой путь развития.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бухаров, А. О. Значение нарративных методов обучения для формирования правового сознания в инновационной образовательной деятельности // Батышевские педагогические чтения: материалы Всерос. науч.-практ. конф., Екб., 2011. С. 13-16.

2. Вайнштейн, О.Б. Постмодернизм: история или язык? // Вопросы философии. М., 1993. №3. С. 3-7.

3. Гусельцева, М.С. Методологические предпосылки развития культурно-исторической психологии: автореферат. М., 2003. 26 с.

4. Джеймисон, Ф. Постмодернизм и общество потребления // Джеймисон Ф. Марксизм и интерпретация культуры: пер. с англ. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014. С. 288-308.

5. Елкина, И.М. Самооценка студентов при оценке результатов обучения в компетентностном и личностно ориентированном подходах // Образование и педагогическая наука в модернизации российского общества. Сборник научных трудов Международной научно-теоретической конференции. М., 2012. С. 105—116.

6. Збышко, Милосик. Педагогика постмодернизма / Милосик Збышко. //Шлях освіти – 2004– №4– С.11–16.

7. Зеер, Э.Ф. Личностно-развивающие технологии начального профессионального образования: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Э.Ф. Зеер. М.: Издательский центр «Академия», 2010. 176 с.

8. Кутырёв, В. А. Осторожно, творчество! // Вопросы философии. - 1994. - № 7-8. - С. 72-81.

9. Маньковская, Н.Б. Эстетика постмодернизма. СПб., Алетейя, 2000. 347 с.

10. Рубцова, И. А. Профильное обучение: проблемы и практика. Народное образование, 2011. №9. С. 219-223.

УДК 93/94

Биографический жанр в современной исторической науке и в школьной истории

*Л.П. Калдузова, студент магистратуры
Научный руководитель: Р.Р. Магомедов, д.и.н., профессор
Оренбургский государственный педагогический университет, Россия*

Аннотация. В статье систематизируются изменения, произошедшие в жанре исторической биографии. Биография отходит от традиционных канонов и взаимодействует с новыми «поворотами» в исторической науке, с микроисторией, с гендерной историей, испытывает на себе влияние «постмодернизма». Особое внимание уделено взаимодействию биографического жанра с методикой школьного исторического образования, а именно с содержательной линией «человек в истории».

Ключевые слова: Биография, методы исторического исследования, «поворот» в исторической науке, содержательная линия, присутствие человека в истории, познавательная деятельность учащихся.

Annotation. The article systematizes the changes that have occurred in the genre of historical biography. Biography departs from traditional canons and interacts with new "turns" in historical science, with microhistory, with gender history, is influenced by "postmodernism". Special attention is paid to the interaction of the biographical genre with the methodology of school historical education, namely with the content line "man in history".

Keywords: biography, methods of historical research, "turn" in historical science, content line, the presence of a person in history, cognitive activity of students.

В современной исторической науке заметно возрос интерес к биографическому жанру. Об этом свидетельствует историография, посвящённая как самим работам, выполненным в форме биографий, так и теоретическим и методологическим дискурсам [13, 3].

Мы предприняли небольшое исследование – проанализировали содержание реферативных журналов «История», выходящих под эгидой Института научной информации (ИНИОН РАН), взяв за основу только выпуски 2021 – 2022 гг.

Указанные журналы при помощи рефератов и обзоров книжных новинок выполняет функции путеводителя в большом информационном потоке по историческим дисциплинам. Показательным стало то, что в каждом из проанализированных журналов помещены не менее трёх рефератов либо рецензий, посвящённых именно работам биографического жанра*.

Но главным для темы нашей работы является не количественные данные, а те новации, которые отмечены рецензентами и читателями. Остановимся на этой проблеме и попытаемся найти общее с направленностью школьной истории.

Биографический жанр претерпевает существенные изменения. Традиционализм в нём развивался веками: прослеживание жизни героя от рождения до смерти. В биографическом жанре написаны многие труды, которые составили ядро «золотого фонда» исторической науки (Е.В. Тарле, А.З. Манфред и др.). Но долгое время историки сталкивались с оговоркой о том, что биографическое изучение ценно, но всё же не самоцель. Оно больше подходит под роль вспомогательного исследования [17, с. 218].

Хотя находились те, которые не соглашались с «вспомогательностью» и доказывали самостоятельность биографии как исторического жанра. Среди них – языковед, пушкинист Г.О. Винокур. Он ещё в 1927 году доказывал, что биография является наукой, имеющей свой собственный предмет познания [4, с. 10].

В те же 1920-е годы советская школа находилась в поисках, новых методиках и шатаниях от полного отказа от предмета «история» до включения исторических знаний в то же «обществоведение». Но при этом много сторонников было у новаторов – педагога американца Джона Дьюи с его мечтой о том, что «... придёт время, когда главным предметом школьного изучения сделается сама человеческая жизнь и тогда от неё будут получать свой смысл и значение все другие предметы» [12, с. 8].

* Так, например, только в номере первом за 2022 год РЖ «Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. История» представлена рецензия Ю.В. Дунаевой на книгу О.А. Вальковой «Жизнь и удивительные приключения астронома Субботиной». Эта биография выполнена в русле направления «история женщины», а также «истории снизу». Тот же рецензент реферировала исследование Т.Н. Поповой «Пётр Михайлович Биццлли: портрет в манере «Сфумато». Особо отмечено, что «по основной идее Т.Н. Поповой, сфумато в биографическом исследовании – это «исчезающий, как дым», метафора, смысл которой – неуловимость, непостижимость, неисчерпаемость биографического проникновения в тайны личности»

Не отметились и заветы корифея отечественной истории Н.И. Кареева, который в качестве идеала общего образования видел «образование по возможности многостороннее, охватывающее [...] мир человека, внутреннюю жизнь личности и явления общественной жизни» [12, с. 8].

Но очень скоро действующим стал постулат И.В. Сталина, распространившийся на проблему «роль личности в истории» и, следовательно, на методику построения персональных характеристик в школьной истории.

Марксизм вовсе не отрицает роли выдающихся личностей или того, что люди делают не так, как им подсказывает какая-нибудь фантазия, не так, как им придёт в голову. Каждое новое поколение встречается с определёнными условиями, уже имевшимися в готовом виде в момент, когда это поколение народилось. И великие люди стоят чего-нибудь только постольку, поскольку они умеют правильно понять эти условия, понять, как их изменить [...]. Именно люди, но лишь постольку они правильно понимают условия, которые они застали в готовом виде, и лишь постольку они понимают, как эти условия изменить – делают историю [14, с. 79].

Эта позиция, за исключением небольших изменений, продержалась в школьном историческом образовании вплоть до конца 1980-х гг. Свидетельством пересмотра линии «личности в истории» стал вопрос, поставленный выдающимся педагогом, академиком И.Я. Лернером: «Под каким углом зрения надо изучать историю, чтобы показать роль субъекта в ней?» [15]. Академик считал, что прежняя традиция подачи «личности в истории» вымывала эмоционально-ценностное отношение к историческому процессу. Мысль И.Я. Лернера и его последователей была услышана и нашла отражение в первых российских образовательных стандартах. В них была выделена содержательная линия «человек в истории». Новациями стали следующие требования к процессу изучения истории:

1. Объёмное, неоднородное восприятие человека – от материальных условий его быта до духовного мира;

2. Рассмотрение человека в контексте конкретной эпохи и в движении от эпохи к эпохе (что служит предпосылкой и слагаемыми историзма);

Расширение возможностей соотнесения социальной и индивидуальной истории [1, с. 10-11].

Изменения произошли и в учебной литературе – в школьных учебниках наметилось увеличение объёма биографической информации. Но выявилось и более существенное, а именно – переход от тактики использования биографий для «оживления» истории к такой тактике, когда та же биография помогает показать человека с комплексом его характеристик и поступков, человек становится основным источником и двигателем исторических событий.

Для тех учителей, которые предпочитают изложенный подход, весьма ценно погружение в процессы, происходящие на историческом поле в плане того, какое место и какая роль сегодня принадлежит биографии в современной истории.

Традиционно биография в исторической науке трактовалась и как жанр, и как научный подход. Но те процессы, которые начались в «большой» науке в 1970 – 1980-е гг., отразились на биографии. Под процессами понимают «поворот» - лингвистический, антропологический, культурные и т.д., а также ряд новых направлений – гендерная история, история повседневности [18, с. 3]. Есть ещё и такой фактор, как «постмодернизм». О постмодернистской биографии подробно пишет М.П. Березань. Согласно его анализа – биография «тяготеющая к постмодернизму, отличается парадоксальностью, завуалированностью, шаткостью доказательств» [2, с. 25].

Другой современный исследователь – Н.В. Некрасова – остановила внимание на взаимосвязи между появлением «новой биографической истории» с активным развитием «истории ментальностей», «гендерной истории», «интеллектуальной истории», «новой локальной истории». Антропологический поворот безусловен, персонализация истории налицо. Делается умозаключение: «Новая биографика – реконструкция личной жизни и неповторимой судьбы отдельных исторических индивидов, изучение формирования и развития их внутреннего мира» [15, с. 334-335].

Западные исследователи также прослеживают и анализируют эволюцию жанра биографии. Так, например, американский историк Б. Кейн пишет о том, что уже в 1970-е годы наметился поворот к изучению отдельной человеческой жизни, когда она помещена в контекст истории и рассматривается то, как политические, экономические, социальные вызовы влияют на жизнь человека [9, с. 15]. Всё чаще говорят и о «биографическом повороте» в исторической науке.

Взаимозависимость биографического поворота от упрочения позиций «микроистории» тоже существует. В этом отношении стоит познакомиться с работами К. Гинзбурга и Н.З. Дэвис [8, 11].

В рассмотренных нами реферативных журналах представлены рефераты на зарубежные биографические исследования. Они позволяют не только получить представление об исторической фигуре, поставленной в центр исследования, но и увидеть новации в биографическом жанре. Так, например, Ю.В. Дунаева, рецензируя работу польского автора Дж. Вайта «Красный Гамлет: жизнь и идеи Александра Богданова» называет её «интеллектуальной биографией» и приводит авторский посыл: «целью было реконструировать его [А. Богданова] систему мышления, исследовать, как его идеи возникли и развивались, показать контексты, в которых они развивались. Хотя это в первую очередь интеллектуальная биография, идеи Богданова рассматриваются на фоне его жизни и политической деятельности» [10].

Т.М. Фадеева дала подробный анализ работы профессора Алана Штрауса-Шома «Теневой император. Биография Наполеона III» [22]. В центр внимания американский историк поставил не просто фигуру племянника Наполеона, а взаимоотношения личностей, которые сформировали «ход истории». Штраус-

Шом обращался и к Наполеону I для сопоставления деятельности одного и второго.

Мы не отрицаем ценности традиционных исследований, выполненных в биографическом жанре. К примеру, это двухтомный труд Н.А. Троицкого «Наполеон Великий», вышедший в 2020 году [20]. Доктор исторических наук последовательно прослеживает судьбу своего героя, но оговаривает: личность Наполеона столь масштабна, что необходимо показать и силу его обаяния, и мощь отторжения, которое наблюдалось как на уровне подвластных масс, так и на уровне бытового состояния (сын, брат, муж, отец, друг) [21. с. 20].

«Новый поворот» проявлен в работе Н.П. Таньшиной «Наполеон Бонапарт: между историей и легендой», вышедшей в 2020 году [19]. С помощью биографического жанра исследуется развитие мифа и антимифа, суть двух легенд о Наполеоне («чёрной» и «золотой»).

Новациями наполнена работа доктора исторических наук Д.М. Володихина, посвящённая князю Ивану Петровичу Шуйскому [7]. Биографические традиционные «правила» соблюдены – герой показан от момента рождения до смерти. Но автор поместил Шуйского в широкое историческое поле, воздав должное роду, событиям, участию личности в последних. Это позволило не просто описать судьбу воеводы, но и воссоздать вполне достоверную историческую картинку XVI столетия в Московии. В таком же ключе написаны и другие работы Д.М. Володихина, представляющие интерес для учителей истории [5, 6]. И таких примеров можно привести множество.

Мы считаем, что необходима ориентация учителя на биографии, вышедшие из-под пера компетентных историков, а также знание тех особенностей «персональной истории», которые содержатся в новейших работах, посвящённых человеку. Это влечёт за собой расширение понятия героя и отношение к источникам, и расширение исторического фона.

СПИСОК РЕЦЕНЗИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алексашина Л.Н. Раскрытие линии «человек в истории» как познавательный ресурс школьного курса // *Преподавание истории в школе*. 2020. № 1. С. 10 – 17.
2. Березань М.П. Жанр биографии на рубеже XX – XXI вв. (на примере романа «Покойный господин Шекспир» Роберта Ная) // *Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке*. 2010. № 3. С. 24 – 28.
3. *Биография в истории культуры*. - М.: Рутения, 2018. 312 с.
4. Винокур Г.О. Биография как научная проблема: тезисы доклада // *Биография и культура. Русское сценическое произношение*. М.: Русские словари, 1997. 186 с.
5. Володихин Д.М. Митрополит Филипп. М.: Молодая гвардия, 2009. 251 с.,
6. Володихин Д.М. Царь Фёдор Иванович. - М.: Молодая гвардия, 2011. 253 с.
7. Володихин Д.М. Князь Иван Шуйский. Воевода Ивана Грозного. М.: Центрполиграф, 2020. 254 с.
8. Гинзбург К. Сър и черви: картина мира одного мельника, жившего в XVI веке. М., 2000. 272 с.;

9. Дунаева Ю.В. Биография в отечественной и зарубежной исторической науке (Обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 5. История. М.: ИНИОН РАН, 2021. № 3. С. 7 – 22.
10. Дунаева Ю. В. Вайт Дж.Д. Красный Гамлет: жизнь и идеи Александра Богданова. White J.D. Red Hamlet: The life and ideas of Alexander Bogdanov. Leiden; Boston: Brill, 2018. XI, 493 p. (Series: Historical materialism book series; vol. 172) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 5: История. 2020. № 3. С. 67-70.
11. Дэвис Н.З. Дамы на обочине. Три женских портрета XVII века. М., 2021. 384 с.
12. Ильин Н.Н. О воспитании общественности в школе. М.: [б.и.], 1916. 45 с.
13. История через личность: историческая биография сегодня / под ред. Л.П. Репиной. М.: Кручъ, 2005. 720 с.
14. Карцов В.Г. Очерки методики обучения истории СССР в VIII – X классах. М.: Учпедгиз, 1952. 166 с.
15. Лернер И.Я. О роли человека в истории // Преподавание истории в школе. 1990. № 2. С. 135 – 140.
16. Некрасова Н.В. Новая биографика // Теория и методология исторической науки. Терминологический словарь. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аквилон, 2014. С. 334 – 335.
17. Петровская И.В. Биографика. СПб.: Петрополис, 2010. 384 с.
18. Репина Л.П. Историческая наука на рубеже XX – XXI вв. М.: Кручъ, 2011. 560 с.
19. Таньшина Н.П. Наполеон Бонапарт: между историей и легендой. СПб.: Евразия, 2020. 224 с.
20. Троцкий Н.А. Наполеон Великий: в 2 т. М.: РОССПЭН, 2020.
21. Троцкий Н.А. Наполеон Великий: в 2 т. Т. 1. М.: РОССПЭН, 2020. 220 с.
22. Фадеева Т. М. Штраус-Шом А. Теневой император. Биография Наполеона III. Strauss-Schom A. the shadow Emperor. A biography of Napoleon III. N.Y.: St Martin press, 2018. 597 p. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 5: История. 2020. № 3. С. 98-104.

УДК 372.881.111.1

Потенциал литературного произведения как метода изучения английского языка на примере романа Брэма Стокера «Дракула»

В.В. Купинова, Б.А. Милохина, студентки
Научный руководитель: Т.Г. Нестерова, к.п.н., доцент
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Россия

Аннотация. В статье выделены и проанализированы проблемы, с которыми студенты сталкиваются в процессе обучения иностранного языка. Дана их классификация. Определены способы решения проблем изучения английского с помощью чтения. Выделены положительные аспекты чтения.

Ключевые слова: английский язык, чтение, невербальные компетенции, аспекты чтения, способы изучения английского.

Abstract: The article highlights and analyzes the problems that students face in the process of learning a foreign language. Their classification is given. The ways of solving the problems of learning English through reading are determined. The positive aspects of reading are highlighted.

Keywords: English, reading, non-verbal competencies, aspects of reading, ways of learning English.

На сегодняшний день актуальными остаются вопросы эффективности изучения языков, в том числе английского, и поиск оптимальных и вовлекающих методов его изучения или модернизации уже имеющихся. Интерес к данной теме подтверждается статистикой: более половины россиян считают, что изучать иностранные языки необходимо, такое мнение разделяют 63% опрошенных ВЦИОМ. При этом свободно владеют английским лишь 7,1% взрослых россиян [4]. Одно из решений проблемы дисбаланса между большим процентом желающих изучать язык и низким показателем обладателей этого навыка говорит о необходимости изменений уже используемых способов освоения английского.

В данной статье будет исследован такой метод изучения языка как чтение художественной литературы. Почему этот метод представляет наибольший интерес?

Навык владения языком россияне обычно используют в первую очередь для ознакомления с инструкциями и этикетками товаров не отечественного производства - 42%, для посещения зарубежных веб-сайтов и интернет серфинга - 38%, в поездках за границу - 27% и при изучении нового в иностранном сегменте 27% [4]. Для этих целей будет полезно практиковаться в чтении и, как следствие, расширять словарный запас, изучать грамматические конструкции и культурно обогащаться, что, в свою очередь, позволит более полноценно получать информацию.

Актуальность чтения как метода изучения также подтверждается и способами изучения языка. Наиболее часто встречающийся формат – самостоятельное изучение, его выбирают 20% опрошенных. Второй по популярности способ – практика с носителем языка (18%), около 14% берут дополнительные курсы в университете, такая же доля учеников осваивает навык языка с репетитором [4]. Чтение позволяет сохранять мотивацию в процессе самостоятельного обучения, так как можно выбрать произведения по собственным интересам, кроме этого, оно дополняет и улучшает качество процесса обучения.

Целью является рассмотрение чтения как способа изучения языка на примере художественного произведения «Дракула». В исследовании использовались следующие методы: описательный, статистический анализ, метод сплошной выборки лексических единиц, концептуальный анализ.

Приведем классификацию проблем, с которыми сталкиваются при изучении языка:

Первая - это внутренняя мотивация. Для практики вы можете выбрать любое произведение, что позволит исключить необходимость во внешней мотивации и создаст положительное эмоциональное подкрепление, которое благотворно влияет на дисциплину. Например, произведение «Дракула» это

книга-первооткрыватель «готических романов», которая позволит читателю окунуться в таинственный и захватывающий сюжет. Для написания произведения Брэм Стокер 8 лет изучал европейский фольклор и легенды о вампирах. Подробности и мельчайшие детали повествования позволяют окунуться в атмосферу прошедших веков, познакомиться с особенностями культуры, религии, философии. Особое внимание стоит уделить живописному описанию природы, которое введено в книгу, как живой герой, отражающий состояние общего полотна произведения.

Вторая проблема, с которой сталкиваются студенты, изучающие английский, - языковой барьер. Одни из причин, вследствие которых может возникнуть данная проблема: слабое понимание строения предложения, малый словарный запас, который мешает четко и ясно формулировать мысли. Чтение художественной литературы позволит ознакомиться с лексическими средствами, ранее неизученными фразеологизмами, особенностями речевых грамматических конструкций. Конечно, это не исключает необходимости практики говорения для преодоления барьера, но позволяет значительно облегчить задачу.

Не менее редко встречающаяся проблема – изучение грамматики. К сожалению, исключительное заучивание не сыграет особой роли — важен контекст. Необходимо сначала изучить предложения, попытаться самостоятельно определить правило его построения, а потом уже сравнить свою догадку с теорией. Не всегда построение предложения в книгах или иных художественных произведения совпадают с правилами в учебном пособии, однако самостоятельный анализ поможет закрепить в голове даже редко встречающийся пример. Мыслительная работа поможет закрепить и усвоить новое грамматическое правило и использовать его на практике.

Заключительная проблема – негативное отношение к языку. Исходя из опыта принудительного заучивания, внешнего давления и влияния маркетинга, многие начинают относиться к нему как к обязательству. Однако изучение языка – это, прежде всего возможности. Культурное обогащение, потребление интересного контента в оригинале и так далее — в зависимости от ваших личных интересов.

Выделим некоторые положительные аспекты чтения английской литературы.

Во-первых, это изучение строения, структуры, типов и форматов предложений в письменной и устной речи. В русском языке строение предложения, как правило, произвольное, в то время как в английском порядок слов, в большинстве случаев, фиксированный. Чтение литературы (например, роман «Дракула» написан в эпистолярном стиле, который позволяет изучить как устную речь – диалоги персонажей, так и письменную речь – журналы или личные дневники, которые ведут персонажи) может быть одним из способов доведения навыка построения предложения до автоматизма.

Во-вторых, чтение литературы позволяет ближе ознакомиться с устойчивыми выражениями. Изучая английский, можно столкнуться с большим количеством идиом. Такие выражения зачастую являются отражением исторического и культурного подтекста, поэтому при переводе не будут иметь никакого смысла для того, кто встречается с ними впервые: *When hell freezes-* (Дословный перевод будет- *когда ад замерзнет*; то есть, никогда). Аналог в русском языке: когда рак на горе свиснет. Построить свою речь без идиом можно, но это не исключает возможность того, что другие люди эти выражения в своей речи использовать будут и самые распространенные нужно, как минимум, знать для понимания разговорной речи.

Третьим аспектом будет расширение словарного запаса. При изучении иностранного языка практически первостепенную роль играет словарный багаж [2]. Вы можете плохо знать правила и допускать ошибки в построении предложения, но обладая определенным запасом слов вы сможете донести свою мысль. Проблема изучения новых слов заключается именно в том, что спустя время после заучивания, они забываются. В таком случае, чтобы из памяти не стирались полученные знания, эффективным способом запоминания может быть чтение. Главная задача тут- подобрать книгу, соответствующую вашему уровню знаний и способную удерживать ваш интерес. Стараясь узнать смысл новых слов, не прибегая к помощи словаря, а обращая внимание на контекст, вы только сильнее закрепите их в своей памяти. К тому же данный способ поможет не только запомнить значение новых слов, но и правила их употребления.

Четвертым плюсом будет более близкое знакомство с модальными средствами. Основной задачей модальных средств в языке является выражение субъективного отношения, говорящего к действительности и достаточно часто эти средства, выступают как взаимозаменяемые, однако между ними по-прежнему есть различия. В высказываниях и предложениях, содержащих модальные конструкции, демонстрируется определенное коммуникативное намерение говорящего. Для того чтобы понять и правильно интерпретировать эмоциональный посыл, эти различия надо уметь замечать, с чем может помочь чтение литературы. Мы рассмотрим различия на примере нескольких модальных глаголов.

Как известно, обязательство в английском языке выражается при помощи глаголов **must** и **have (got) to**. Глагол *must* часто будет демонстрировать личностное начало, выражая чувства и желания говорящего: *I must make further examination, or all my efforts would be in vain-* Я должен продолжить исследование, иначе все мои усилия не пропадут даром; *And now we must settle what we do-* А теперь мы должны продумать, как действовать дальше. В это время глагол *have (got) to* выражает обязательства, обусловленные внешними факторами, т.е ситуацией или правилами: *Beware how you meddle with him, or you'll have to deal with me-* Только посмейте коснуться его, вам придётся иметь дело со мной! (Вне зависимости от желания того, к кому обращаются); *I*

suppose it is one of the lessons that we poor women have to learn- Полагаю, это один из тех уроков, которые мы, бедные женщины, должны усвоить (Влияние внешних факторов- общества).

Другими модальными глаголами, выражающими совет, являются глаголы **had better** и **should**. Они также взаимозаменяемы в определенных случаях, но контекст поможет увидеть разницу в эмоциональной составляющей. Предложения с *had better* выражают настойчивый совет, часто предупреждают об опасности или возможных последствиях или проблемах в том случае, если тот, кому фраза адресована не прислушается: *If there be anything behind this instinct it will be valuable to trace it afterwards accurately, so I had better commence to do so*-Если за этим что-то стоит, может оказаться полезным впоследствии это тщательно проследить, так что я, пожалуй, начну. Предложения с глаголом *should* направлены на выражение более абстрактной идеи, они не предполагают такого строгого следования совету: *I arranged that we should sit up, dividing the night between us, and watch over the safety of the poor stricken lady*- Я решил, что нам следует бодрствовать поочередно ночь напролет и охранять бедную пострадавшую женщину.

Модальные глаголы выражают и негативное отношение (**Must not** и **need not**). Если *must not* выражает более «повелительную» или строгую форму, то *need not* скорее выступает в значении «в этом нет необходимости»: *“No, no,” he said; “you must not walk here; the dogs are too fierce*-Нет-нет, – сказал он. – Вы не должны здесь ходить, тут бродят слишком свирепые собаки; *“P.S.—I need not tell you this is a secret. - P.S.—Нет надобности говорить вам, что это секрет; He is so young and strong and of blood so pure that we need not defibrinate it*- Он так молод, и силен, и кровь столь чиста, что даже нет нужды ее обрабатывать.

Пятый плюс- правописание. С проблемой правильного написания слов сталкиваются не только те, кто изучает английский в качестве дополнительного языка, но и носители. Наличие на современных устройствах автоматической замены ошибок в сообщениях и текстах решает эту проблему, и мы реже обращаем внимание на свои опечатки. Систематическое чтение помогает сократить количество орфографических ошибок, допускаемых на регулярной основе. Распространенной проблемой бывает ошибка в написании суффиксов **-ful** и **-ly**, например *wonderfull* вместо *wonderful* и *beautifuly* вместо *beautifully*. Часто люди «теряют» буквы в словах: *goverment* вместо *government* или *restarant* вместо *restaurant*. Трудности у учащихся могут вызвать омофоны. Это слова, которые пишутся по-разному, но при этом звучат одинаково: *morning*-утро, *mourning*-траур; или *knight*- рыцарь и *night*-ночь. Также встречаются и слова, которые, наоборот, пишутся одинаково, но не похожи в произношении. Они называются омографами: *wind* - ветер и *wind*- изгибаться или *tear* - слеза и *tear* – рвать. Умение эти слова различать, произносить и писать очень важно для английского как письменного, так и разговорного. Облегчить изучение языка и улучшить орфографию поможет чтение. Чем чаще слово будет

появляться перед нашими глазами, тем больше вероятность того, что неосознанно мы запомним его правильное написание.

Подводя итог исследования, можно сделать вывод, что чтение произведений на английском языке может быть увлекательным, и в то же время эффективным в долгосрочной перспективе методом дополнительного изучения языка, способного углубить ваши знания и решить ряд проблем, возникающих в процессе обучения, благодаря положительным аспектам, которые помогают изучать язык с удовольствием и без принуждения.

СПИСОК ЦИТИРУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лазаренко А.О., Нестерова Т.Г. Обзор методов изучения иностранного языка // *Языки в диалоге культур: проблемы многоязычия в полиэтническом пространстве. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 75-летию Победы в Великой Отечественной войне. ответственный редактор: Газизов Р.А., Уфа, 2020. С. 278-282.*

2. Фирсова А. В. Проблемы в изучении английского языка и способы их решения// *Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 1-3(64). С. 25-28.*

3. Халикова Л.У., Кушбоков Ж.Ш. Эффективные способы изучения английского языка // *Academy. 2021.*

4. ВЦИОМ [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/inostrannyj-yazyk-perspektivnaya-investicziya> (дата обращения: 24.02.2023).

Научное издание

**Актуальные проблемы и перспективы развития
экономики и образования в современных условиях**

**Электронный сборник XV Международной студенческой
научно-практической конференции,
проведенной 10 апреля 2023 года**

Электронное издание сетевого распространения

Доступ к сборнику – постоянный, свободный и бесплатный.
Сборник содержится в едином файле PDF.

<http://sphere-publishing.ru/images/banners/students-15.pdf>

Максимальный объем: 15 МБ.

Издательство ООО «Сфера»
400127, Волгоград, ул. Менделеева, 43,
sphere-vlg@mail.ru
Дата издания: 1.07.2023