

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Байкальский государственный университет



РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ

Материалы 7-й международной научно-практической конференции
Иркутск, 21 ноября 2024 г.

Текстовое электронное издание

Иркутск
Издательский дом БГУ
2025

© ФГБОУ ВО «БГУ», 2025
ISBN 978-5-7253-3266-7

УДК 334.012.64(571.53)
ББК 65.29-131(253.5)

Издается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета

Редакционная коллегия

проф. А.В. Самаруха, доц. В.А. Рудяков, доц. Ю.А. Скоробогатова,
доц. О.Б. Ямбаева

Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе : материалы 7-й междунар. науч.-практ. конф. (Иркутск, 21 нояб. 2024 г.). – Иркутск : Изд. дом БГУ, 2025. – 458 с. – URL: <http://lib-catalog.bgu.ru>. – Текст: электрон.

ISBN 978-5-7253-3266-7.

Материалы международной научно-практической конференции представлены тремя секциями. В каждой секции опубликованы результаты исследований по вопросам экономики, управления и предпринимательства в разных сферах и направлениях, таких как образование, культура, спорт и досуг; строительство и жилищное хозяйство; транспорт и логистика; торговля и частные услуги; туризм и рекреация; агропромышленный комплекс; информационные технологии и иное. Также авторами представлены исследования аспектов развития молодежного предпринимательства в Байкальском регионе.

Данное издание предназначено для преподавателей, студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, практических работников.

Научное электронное издание

Минимальные системные требования:

Веб-браузеры: Microsoft Edge версии 79, Google Chrome версии 51,
Mozilla Firefox версии 52, Safari версии 11 (или более новые);
средства просмотра файлов Portable Documents Format:
Adobe Acrobat версии 7.0, Adobe Reader версии 7.0, Sumatra PDF версии 1.1 (или более новые),
Foxit Reader всех версий, PDF24 Creator всех версий.

Доступ к сети Интернет.

Минимальные требования к конфигурации и операционной
системе компьютера определяются требованиями
перечисленных выше программных продуктов.

Подготовка оригинал-макета А.С. Евсиковой

Издается в авторской редакции

Подписано к использованию 10.01.2025. Объем 7,56 Мб

Байкальский государственный университет.
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.
<https://bgu.ru>.

© ФГБОУ ВО «БГУ», 2025

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Альсигар М.К. Оптимизация параметров резания в процессах обработки металлов для повышения эффективности	7
Горбунова О.И., Кузнецов А.А. Возможности и перспективы применения технологии «блокчейн» в лесном комплексе	12
Гришин К.С. Эффективность мер поддержки малого и среднего предпринимательства в Иркутской области в условиях цифровой трансформации	18
Доржиева А.В. Влияние цифровизации на бизнес-модели предпринимательства	27
Копылова Е.К., Копылова Т.И. Упрощенная бухгалтерская отчетность для субъектов малого предпринимательства в свете ФСБУ 4/2023	32
Кружкова Я.А. Внедрение новых цифровых технологий в сферу гостеприимства в современных условиях	39
Малецкая М.Б. Совершенствование маркетинговой деятельности транспортно-логистической компании в условиях цифровизации	43
Матусевич Д.С., Пешкова О.В., Хитрова Т.И. Развитие средств и инструментов цифровой трансформации малого бизнеса.....	47
Немцова Е.Е., Константинова Л.Ф. Электронная коммерция (e-commerce) и развитие интернет-магазинов в России.....	52
Окомина Е.А., Ивахненко Т.П. Государственная поддержка предпринимательства в России: тенденции и нововведения.....	61
Осипенко И.С., Чистякова О.В. Цифровизация процессов массового подбора персонала для работы вахтовым методом	66
Сафронова А.В. Анализ влияния цифровых технологий на предприятия малого и среднего бизнеса в индустрии питания	73
Таран Е.А. Влияние цифровизации на эффективность бизнес-процессов	82
Татаринов К.А. Технические аспекты развития электронной коммерции	87
Третьякова Д.К., Константинова Л.Ф. Планирование рекламной деятельности в современных условиях	93
Холмовский С.Г., Холмовская П.С. Развитие трансграничной электронной торговли в России: тенденции и перспективы.....	100
Юделевич К.С. Специфика реализации проектов по автоматизации производства в сфере гражданского самолетостроения: отечественный и зарубежный опыт	106

СЕКЦИЯ 2. ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПО ОТРАСЛЯМ И СФЕРАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Авдюшина М.А. Факторный анализ влияния тарифов тепло- и электроэнергетики на финансовые результаты компаний в регионе....	115
Альсигар М.К. Влияние скорости подачи на резание металлов	125
Антонов М.А. Влияние контролирующих органов на динамику развития малого и среднего бизнеса в Российской Федерации.....	130
Баяндорж Байгалмаа, Самаруха В.И. Развитие малого и среднего бизнеса в Монголии в 2009–2024 годах.....	136
Болданова Е.В. Состояние и развитие инфокоммуникаций в Иркутской области	142
Буляткина М.Г. ТРИЗ в малом бизнесе: генерация инноваций и способы решения проблемных задач.....	147
Буньковский Д.В., Колесник В.А. Перспективы развития легкой промышленности Иркутской области в контексте партнерских внешнеэкономических отношений России	155
Васильева А.В. Конкурентная специализация регионов России в сфере образования за 2022 год	161
Винокуров С.И., Аширова Е.В. Организационный аспект оптимизации затрат на предприятии.....	166
Винокурова М.В., Винокурова П.С. К вопросу об организации предпринимательской деятельности в сфере производства развивающих игрушек.....	174
Восканян Р.О. Влияние конъюнктуры финансового рынка на выбор источников финансирования компании.....	182
Давыдова Г.В., Маркова С.О. Повышение эффективности работы низкорентабельных месторождений за счет внедрения методов увеличения нефтеотдачи	188
Кархова С.А. Возможность осуществления предпринимательской деятельности по заготовке живицы в Иркутской области	194
Кислицына Л.В., Айбашева А.Т. Характеристика малого и среднего бизнеса в Швейцарии	203
Кислицына Л.В., Кренделева А.А. Государственное финансирование малого и среднего бизнеса в России	210
Кислицына Л.В., Сергушов А.Д., Тарасова А.А. Крестьянское (фермерское) хозяйство как особая форма организации малого бизнеса	216
Ковалевская Н.Ю. Влияние макроэкономических рисков на малое предпринимательство в строительной отрасли	221
Корнилова Д.Д., Максимов Д.В. Теоретические аспекты организации профильных центров медицинского обслуживания в сфере женского здоровья.....	228

Крюкова О.О., Копылова Е.К. Налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья: история возникновения, роль в налоговой системе	235
Латышев О.Ю., Латышева П.А., Луисетто М. Изучение особенностей совершенствования организации поддержки и развития малого бизнеса.....	241
Мозулев С.Н. Влияние географических особенностей выращивания и производства сельскохозяйственной продукции на потребительскую ценность товара	246
Найданова Э.Б., Аюшеева Д.Б. Роль государства в реализации клиентоцентричного подхода в бизнесе	251
Найданова Э.Б., Полянская Н.М., Ямбаева О.Б. Современные тренды агропродовольственной политики и их влияние на развитие малого предпринимательства в регионе	257
Новикова Н.Г. Влияние «зеленого» фактора спроса на продажи жилья на первичном рынке недвижимости	263
Осипова И.М., Захлебная К.А. Креативная индустрия – проводник экономического роста Иркутской области	271
Параскевов Н.Я., Степанова М.Н. К вопросу об оценке качества услуг	276
Погодаева Е.М., Копылова Н.Ю., Ямбаева О.Б. Малое предпринимательство как фактор развития экономики региона на современном этапе	285
Савватеева Е.А. Учет особенностей нефтегазового комплекса при проведении оценки финансовой устойчивости компании.....	291
Самаруха А.В., Самаруха В.И., Авирмэд Даваасурэн. Малое промышленное предпринимательство в регионах	296
Севастьянова М.С. Влияние крупнейших налогоплательщиков на экономику Иркутской области.....	306
Седых А.С., Константинова Л.Ф. Особенности и проблемы развития внешнеторгового сотрудничества Иркутской области с Китаем	312
Склярченко М.А. Особенности открытия бизнеса в туристической отрасли	317
Соколова О.И., Тертышник М.И. Теоретические аспекты определения и оценки конкурентоспособности компании сферы индустрии красоты.....	322
Сольский М.Б. Проблемы выбора параметров налогообложения в организационных формах малого бизнеса в 2025 году	327
Степанов Г.Р. Проблемы подготовки студентов к практической работе в ветеринарных клиниках	332
Степин А.С., Лямцева И.Н. Анализ рынка общественного питания в России как сферы досуга населения: тенденции и вызовы	337
Тагиев М.И., Тагиев И.М., Тагиев Р.М., Кислицин С.А. Теневые перевозки лесных ресурсов в лесозаготовительной промышленности (на примере Иркутской области)	345

Фёдоров С.Ю., Шуплецов А.Ф. Производство и оптимизация сельхозпродукции (зерно, мясо, молоко) полного цикла: проблемы и пути решения.....	350
Хлебович Д.И., Москвитина Д.Д. Клубная карта как инструмент маркетингового управления в сервисной организации	358
Холмовский С.Г., Холмовская П.С. Российские розничные сети и развитие формата дискаунтера	366
Цаболова О.Р., Цунаева Ю.О. Повышение экологичности предприятий общественного питания как фактор устойчивого развития индустрии туризма.....	371
Чернов В.А. Фактор эффективности производства в оценке стоимости бизнеса.....	376
Черствов А.А. Развитие института самозанятых на территории Новгородской области.....	381
Шитова И.А. Об управлении затратами в проектах жилищного строительства.....	387
Щепина С.В. Строительство индивидуальных домов как направление диверсификации деятельности крупных девелоперских компаний.....	394
Юсупова А.В. Агроагрегаторы в Российской Федерации как способ преодоления конкурентных барьеров.....	399
Якимова Е.М. Государственная политика в отношении малого предпринимательства: вопросы выбора методов правового регулирования	406

СЕКЦИЯ 3. РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Бурзина А.А., Шавкунова И.С. Проблемы молодежного предпринимательства в Байкальском регионе	411
Владимирова А.С. Основные тренды в системе дистанционного обучения.....	418
Немцова Е.Е., Копылова Н.Ю., Ямбаева О.Б. К вопросу о нормативно-правовом регулировании малого и среднего предпринимательства	428
Николаева А.М., Шевчук Д.С. Стратегии развития молодежного предпринимательства: тенденции, проблемы и решения.....	435
Сорокина Д.В. Повышение эффективности работы персонала корпоративных университетов	443
Шавкунова И.С. Роль государства в развитии молодежного предпринимательства	452

СЕКЦИЯ 1

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

УДК 621.923.02

М.К. Альсигар

ОПТИМИЗАЦИЯ ПАРАМЕТРОВ РЕЗАНИЯ В ПРОЦЕССАХ ОБРАБОТКИ МЕТАЛЛОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Аннотация. Текущие достижения в машиностроительной отрасли подчеркивают настоятельную необходимость установления оптимальных параметров обработки для станков с ЧПУ, особенно в операциях высокоскоростной внешней цилиндрической шлифовки. Традиционные справочные материалы, основанные на устаревших статистических данных с семидесятых по девяностые годы, больше не адекватны для установления эффективных параметров обработки. В результате компании часто полагаются на методы проб и ошибок для достижения стандартов качества и точности, что может привести к непостоянным результатам и увеличению производственных затрат. Отсутствие комплексных теоретических основ для разработки оптимальных программ ЧПУ для различных типов производства дополнительно усложняет эту задачу. В ответ на эту проблему был разработан новый метод на основе параметрического программирования для оптимизации циклов в зональном процессе. Этот подход позволяет быстро рассчитывать оптимальные параметры резания, выбирать оптимальные характеристики шлифовальных кругов и настраивать условия технической обработки.

Ключевые слова: оптимизация, динамическое программирование, шлифование, осевой этап, радиальная подача, ЧПУ, циклы.

М.К. Alsigar

PARAMETER OPTIMIZATION IN METAL CUTTING PROCESSES FOR ENHANCED EFFICIENCY

Abstract. The ongoing advancements in the machine manufacturing industry have highlighted the urgent need to establish optimal machining parameters for CNC machines, particularly in high-speed external cylindrical grinding operations. Traditional reference materials, based on outdated statistical data from the seventies to nineties, are no longer adequate for setting effective machining parameters. As a result, companies often rely on trial-and-error processes to achieve quality and accuracy standards, leading to inconsistent results and increased production costs. The lack of comprehensive theoretical frameworks for developing optimal CNC programmed across different manufacturing types further complicates this challenge. In response, a new method based on parametric programming has been developed to optimize cycles within a zonal process. This approach enables the rapid calculation of optimal cutting parameters, the selection of optimal grinding wheel specifications, and the tuning of technical processing conditions.

Keywords: optimization, dynamic programming, grinding, axial step, radial feed, CNC, cycles.

Introduction

Current methods for designing automatic control cycles for radial and axial feeds during development rely on manually selecting cycle parameters, using the technologist's personal experience and the enterprise's empirical data. In practice, CNC cylindrical grinding machine operators typically select feed rates experimentally for each new part. It's important to note that the selection of control cycle parameters must consider various technological constraints specific to the machining operation being designed [1–10].

Several prominent scientists, such as L.V. Khudobin, S.M. Bro, S.N. Korchak, V.N. Mikhelkevich, V.L. Kulygin, S. Malkin, W. Pereira, have delved into the challenge of enhancing productivity in automatic grinding cycles [11–17].

In principle, there are numerous combinations of cutting mode parameters that can achieve the desired surface quality. Each of these combinations is characterized by unique technical and economic indicators. To ensure maximum efficiency, a grinding cycle must be assigned that meets the quality requirements while minimizing cycle time [18–20].

At this stage in the development of the machine-manufacturing industry, optimizing machining parameters has become essential. The emergence of advanced machinery and milling tools, capable of high-speed processing, has rendered traditional reference materials outdated, as these resources are based on statistical data from the 1970s for universal and semi-automatic machine tools. As a result, companies often rely on trial and error to determine processing parameters that align with quality and accuracy requirements, a practice that can lead to inconsistent outcomes and increased production costs. Currently, theoretical frameworks for developing optimal CNC programs for various processing types are limited. While certain models allow for the simulation of cutting forces and technological constraints, they do not offer complete solutions for optimizing productivity.

To fill this gap, a new method has been developed using dynamic programming to optimize step-by-step machining cycles in internal milling. This approach facilitates the rapid calculation of cutting parameters, selection of grinding wheel specifications (such as diameter and width), and adjustment of technical conditions, including wheel overrun values and design parameters.

In this approach, further efforts will focus on the development of computer-aided design systems and standard manufacturing protocols for grinding with modern production needs. The main characteristics of the construction of internal milling cycles in a coordinate system are illustrated in Figure 1.

Modern machining centre's allow processing parameters to be controlled either independently or in correlation with the material allowance. However, in some machining cycles, control parameters become interdependent, as does their relationship with the amount of removed allowance.

For instance, in a basic three-step basic grinding cycle, Figure 1 shows: firstly, the spatial trajectory of the control programmed as a of interconnected parameters, and secondly, variations in the dependence of one control parameter on other parameters (e.g., axial feed rate affected by the allowance and radial feed rate).

The actual radial feed, affected by the radial component of the cutting force, often diverges from the programmed feed due to the grinding wheel's elastic deformation.

Since the cycle operates within a three-dimensional coordinate system, the actual radial feed rate also has a spatial representation. Given the variability inherent in the manufacturing process, designing optimal cycles requires careful consideration of the initial deflection and the starting point of the finished part.

This task of calculating grinding cycle parameters under given constraints is an optimization problem, which can be addressed using optimal control theory methods. According to its formulation, the problem of calculating the parameters of the grinding cycle, taking into account the required restrictions, is of an optimizing nature and can be solved by the methods of the theory of optimal control.

Finding the optimal values of parameters is one of the important tasks to be solved when creating new technical systems, managing production or technological processes. To calculate the optimal cycle parameters, it is necessary to:

- Formulate an optimality criterion (objective function);
- Define a set of technological constraints for the objective function;
- Select an appropriate method;
- Choose a power model of the process to determine control patterns in grinding and to simulate key performance constraints;
- Develop models for a set of technological constraints;
- Design an algorithm and program to optimize the grinding cycle parameters according to the target function and technological constraints.

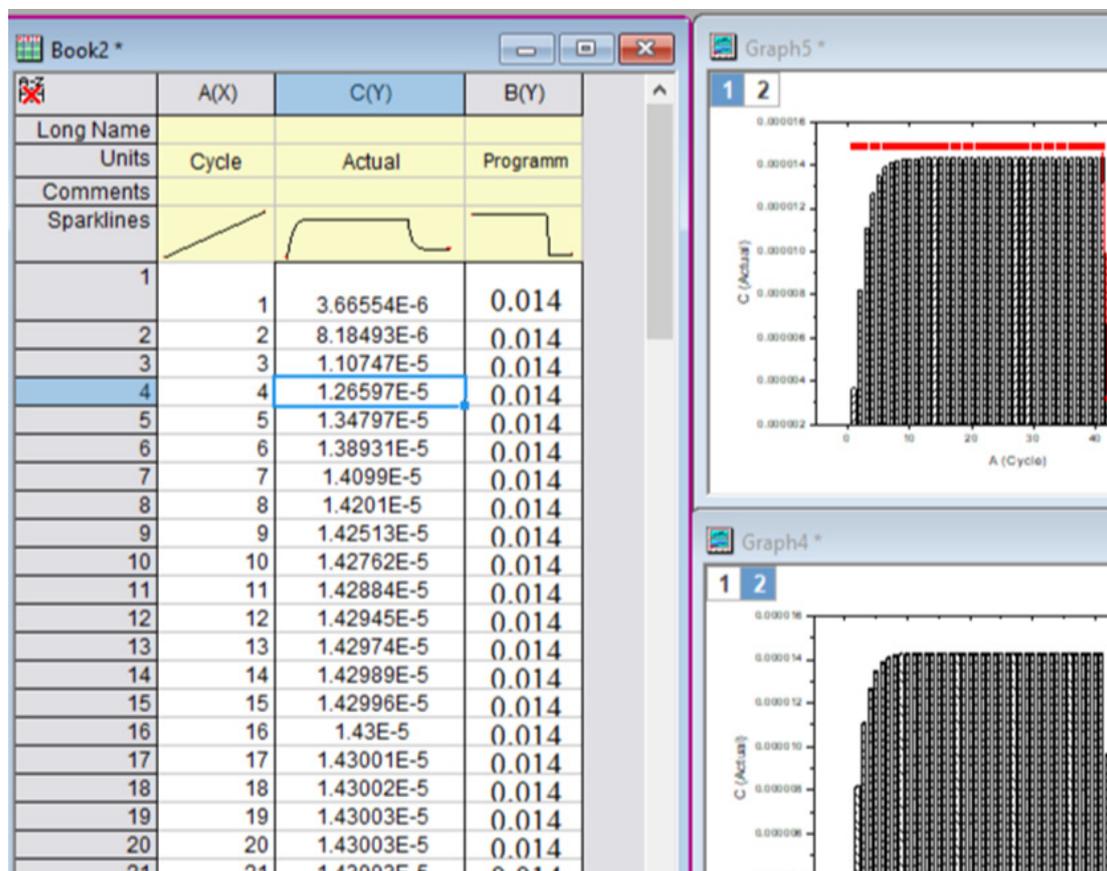


Fig. 1. Development of control models for cylindrical grinding with different feed

Conclusions

This article describes developments in optimising the operating parameters of CNC machines for external cylindrical honing operations. The dependence on outdated reference materials from the seventies to nineties has led to a trial-and-error approach, causing efficiency issues and increased costs. To address these issues, a new programming method has been introduced that aims to simplify the process of optimising manufacturing cycles. The method enables fast calculations of deterministic parameters and adapts to multi-dimensional optimisation requirements. The strategy focuses on minimising processing time and integrates various technological constraints, contributing to enhanced production efficiency.

References

1. Chen G., Li P. (2010) Deformation simulation for an internal grinding circle by finite element method. *Mod Mach* 43(5–6):455.
2. Lurie G.B. (1960) The theory of the working cycle during circular grinding and its automation. *Mashinostroitel* 2:87-108.
3. Lee T.S., Ting T.P., Lin Y.J., Htay T (2007) *Intern. J. Adv. Manuf. Techno* 33:1128.
4. Alsigar, M., Pereverzev, P., Almawash, A., Alkadhim, M. (2020). An approach to complex model ECGA for the stable and unstable grinding conditions. *International Conference on Modern Trends in Manufacturing Technologies and Equipment (ICMT-MTE 2020)*, Volume 971, Issue 230, Article number 022037. November 2020. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/971/2/022037>.
5. Alsigar, M. K., Pereverzev, P. P.(2019). Designing of Optimal Grinding Cycles, Sustainable to Unstable Mechanical Processing on the Basis of Synthesis of Digital Double Technology, and Dynamic Programming Method. *5th International Conference on Industrial Engineering (ICIE 2019)*, Sochi, 25–29 March 2019, pp. 225–232. https://doi.org/10.1007/978-3-030-22063-1_25.
6. Malkin, S., Guo, C. (2008): *Grinding Technology: Theory and Applications of Machining with Abrasives*. Industrial Press, New York, USA.
7. Alsigar, M., Pereverzev, P. (2021). Optimal Design of Grinding Systems with Use of Mathematical Complex Models ECGA. *Proceedings of the 2020 International Conference on Modern Trends in Manufacturing Technologies and Equipment (ICMT-MTE 2020)*, Volume 38, pp. 1521–1525. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.08.142>.
8. Alsigar, M., Pereverzev, P. (2020). An Approach to Complex Model ECGA for Stable and Unstable Grinding Conditions. **IOP Conference Series: Materials Science and Engineering**, Volume 971, Issue 2, Article Number 022037. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/971/2/022037>.
9. Alsigar, M., Pereverzev, P. (2020). Model of Processing Accuracy Prediction with Consideration of Multi-stage Process of Circular Grinding with Axial Feed. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, Volume 709, Issue 3, Article Number 033006. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/709/3/033006>.
10. Alsigar, M.K., Pereverzev, P.P. (2019). Modeling Relationship between Different Stages of Cylindrical Grinding Process with Axial Feed in Reversal Zones.

Lecture Notes in Mechanical Engineering, Volume 9783319956299, pp. 1715–1722. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95630-5_184.

11. Akintseva A.V., Pereverzev P.P. Complex Optimization of Parameters for Controlling the Cycle of Internal Grinding by the Method of Dynamic Programming // MATEC Web of Conferences 129, 01019 (2017).

12. Uhlmann, E., Koprowski, S., Weingaertner, W. L., and Rolon, D. A.: Modelling and simulation of grinding processes with mounted points: Part I of II – Grinding tool surface characterization, Proc. CIRP, 46, 599–602, <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.03.205>, 2016.

13. Fadyushin OS (1992) Development of a calculation method for assigning the grinding wheel characteristic according to the thermal limit for computer-aided design of grinding operation. Publishing house of the SUSU, Chelyabinsk

14. Alsigar, M.K., Pereverzev, P.P. (2021). Multi-stages to Ensure Quality Control of Designing and Production at External Cylindrical Grinding Machines. Proceedings of the 6th International Conference on Industrial Engineering (ICIE 2020), pp. 370–377. https://doi.org/10.1007/978-3-030-54817-9_43.

15. Rowe W.B., Yan L., Malkin S. (1994) Applications of artificial intelligence in grinding. Ann CIRP 43(2):521–531.

16. Allanson D., Thomas A. (1994) Simulation of feed cycles for grinding between centres. Int J Mach Tools Manuf 34(5):603–616.

17. Pereverzev P.P (2019) Designing optimal automatic cycles of round grinding based on the synthesis of digital twin technologies and dynamic programming method. Mech Sci 10:331–341. doi:10.5194/ms-10-331.

18. Maillot M (1997) Online prediction of surface finish in grinding using network-based sensor. Int J Mach Tools Manuf 37(9):1201–1217.

19. Hahn R (1964) On the nature of the grinding process. In: Proceedings of the international machine tool design and research conference, p. 129–154.

20. Alsigar, M., Alhafadhi, M., Pereverzev, P. (2024). Developing Optimal Automated Cycles for Achieving Maximum Efficiency Using Dynamic Programming. Proceedings of the 6th International Conference on Industrial Engineering (ICIE 2024), pp. 542–554. https://doi.org/10.1007/978-3-031-65870-9_50.

Информация об авторе

Альсигар Масар Кадим – преподаватель, кандидат технических наук (ЮУрГУ), факультет машиностроения, Шумерский университет, Ди-Кар, Республика Ирак, e-mail: masar8937@gmail.com.

Author

Alsigar Masar Kadhim – Lecturer, PhD in Technical Sciences, Faculty of Mechanical Engineering, Dhi Qar, Republic of Iraq, e-mail: masar8937@gmail.com.

ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ «БЛОКЧЕЙН» В ЛЕСНОМ КОМПЛЕКСЕ

Аннотация. Охарактеризована необходимость применения информационных технологий в лесном комплексе РФ в рамках задачи его цифровизации. Представлены возможности применения технологии «блокчейн» в сфере воспроизводства лесов на основе ключевых преимуществ данной технологии. Отмечено, что наиболее актуальными направлениями применения технологии «блокчейн» в лесном деле следует рассматривать лесоклиматические проекты, реализация которых представляет собой передовой и эффективный подход к решению глобальных экологических проблем.

Ключевые слова: лесной комплекс, технология «блокчейн», лесовосстановление, лесоклиматический проект.

**O.I. Gorbunova,
A.A. Kuznetsov**

OPPORTUNITIES AND PROSPECTS FOR THE USE OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN THE FOREST COMPLEX

Abstract. The necessity of using information technologies in the forestry complex of the Russian Federation within the framework of its digitalization task is characterized. The possibilities of using the blockchain technology in the field of forest reproduction based on the key advantages of this technology are presented. It is noted that the most relevant areas of application of blockchain technology in forestry should be considered forest-climatic projects, the implementation of which represents an advanced and effective approach to solving global environmental problems.

Keywords: forestry complex, blockchain technology, reforestation, forest climate project.

Введение

В Российской Федерации, как и во многих странах мира, заметно усиливаются тенденции перехода на принципы устойчивого управления лесным хозяйством. Данные процессы трансформации систем управления в лесном секторе позволяют достигать целей экологически ответственного и социально выгодного лесопользования. Одним из приоритетных направлений такой трансформации является комплексный подход к неистощительному возобновлению лесных ресурсов. В качестве наиболее современных технологических трендов, подлежащих детальному исследованию, следует рассматривать блокчейн-технологии. Необходимость и целесообразность внедрения блокчейн-технологий в отечественную промышленность, в том числе в лесной комплекс РФ, отмечается на всех уровнях власти и бизнеса.

В настоящее время основным драйвером развития мирового сообщества является цифровизация процессов общественной жизни. Данный глобальный тренд охватывает множество сфер, включая экономику, государственно-муниципальное управление, лесной сектор, и существенно меняет привычные способы взаимодействия людей и организаций.

Цель работы – изучить возможности применения информационных технологий на базе технологии «блокчейн» в процессах деятельности управления лесными ресурсами в Иркутской области.

Обсуждение проблемы

Появление современных технологий в лесном комплексе позволяет реально перейти от традиционного лесопользования на принципы устойчивого использования лесных ресурсов с минимальными трудозатратами. Информация обо всех лесохозяйственных мероприятиях, в том числе и по возобновлению лесных ресурсов, для эффективного управления и организации деятельности должна храниться в цифровом виде, а значит, безопасно и качественно обрабатываться компьютерными методами. Поэтому внедрение информационных технологий в процессы организационной деятельности в лесном хозяйстве России обеспечит надежное распределение и хранение записей обо всех когда-либо совершенных операциях.

Также необходимо отметить, что одним из возможных вариантов контроля, сбора и хранения информации может стать использование информационных технологий на базе технологии «блокчейн». Сферы применения технологии «блокчейн» обширны, а его использование обеспечивает прозрачность, безопасность и объективность ввиду отсутствия централизованного центра принятия решений. Инновации в области цифровых технологий можно также использовать для повышения эффективности торговли углеродными единицами, улучшения доступа к более качественным данным и аналитике, а также для обеспечения ликвидности углеродных рынков. Перспективные направления применения блокчейн-технологии в лесной сфере представлены на рис. 1.

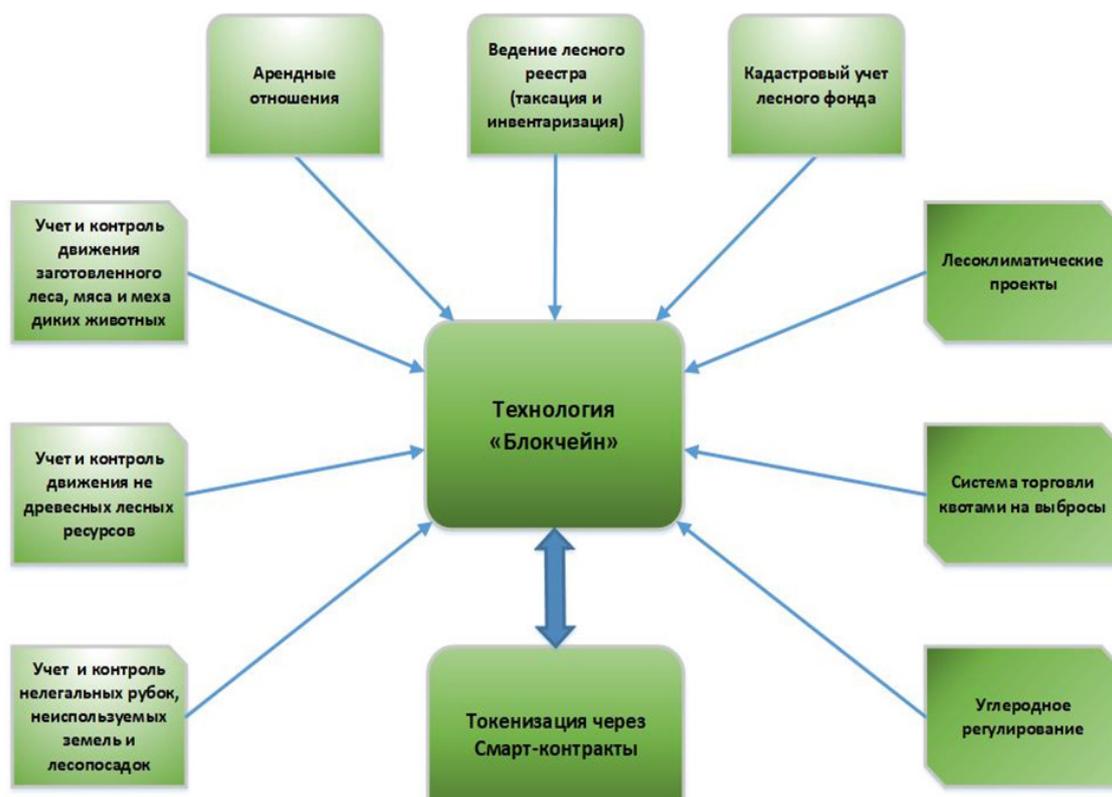


Рис. 1. Возможные направления применения блокчейн-технологии в лесном комплексе

В условиях глобальных изменений климата и усилий по их смягчению, информационные технологии в современном мире играют все более важную роль в достижении устойчивого развития и повышения уровня углеродной нейтральности. Блокчейн-технологии, изначально разработанные для обеспечения прозрачности и безопасности финансовых транзакций [1], нашли свое применение и в экологических проектах. Использование блокчейна для повышения уровня углеродной нейтральности является инновационным подходом к управлению данными и процессами, связанными с сокращением уровня выбросов углерода в атмосферу.

Реализация технологии блокчейна сталкивается с важной задачей обеспечения достоверности данных, что определяет необходимость применения эффективных алгоритмов шифрования для исключения возможности подмены или изменения данных. Они должны гарантировать достаточную криптографическую стойкость для информации в сети, а также позволять реализовать электронную цифровую подпись.

В качестве ключевых преимуществ блокчейн-технологии можно отметить:

- взаимодействие без посредников, так как это самостоятельная система, которая обеспечивает надежность процессов;

- целостность процессов, поэтому пользователи могут быть уверены, что транзакции пройдут именно так, как прописано в протоколе;

- прозрачность и неизменность ввиду того, что изменения в публичном блоке транзакции видны пользователям (пользователь может отследить информацию о транзакциях, которые неизменны и не могут быть удалены или изменены);

- защита от мошенничества, поскольку сами пользователи контролируют всю информацию о транзакциях;

- скорость транзакции, так как технология сокращает время транзакций, выполняя их круглосуточно.

Данные преимущества могут значительно улучшить управление лесными ресурсами, обеспечивая точный и надежный учет мероприятий, связанных с посадкой, уходом и мониторингом лесов, при этом создавая защищенную и доступную для всех заинтересованных сторон базу данных. Эти ключевые характеристики будут способствовать повышению уровня доверия между участниками процесса и уменьшению вероятности мошенничества.

Результаты исследований

Иркутская область обладает высокой лесистостью своих территорий, в регионе сосредоточено примерно 12 % запасов деловой древесины страны. В рамках реализации федерального проекта «Сохранение лесов» национального проекта «Экология» в Иркутской области наблюдается положительная динамика объемов работ по воспроизводству лесов. По данным Рослесхоза [2], Иркутская область входит в топ российских регионов–лидеров по ключевым показателям в сфере лесовосстановления.

Проекты лесовосстановления включают в себя мероприятия по посадке семян или саженцев на участках, временно утративших древостой из-за есте-

ственных или антропогенных нарушений, таких как вырубки и лесные пожары. Применение специальных технологий, например, платформы, работающей на основе блокчейн-технологии, позволяет сделать подобные проекты лесного хозяйства более удобными и привлекательными для инвесторов и государства.

Блокчейн-технология позволяет отслеживать все этапы проекта, начиная от финансирования и заканчивая конкретными результатами по восстановлению лесов, способствуя увеличению доверия между всеми участниками процесса и минимизируя уровень рисков искажения информации, связанной с различными этапами осуществления проекта. Дополнительно с помощью блокчейн-технологии можно создать платформы для размещения «зеленых» финансовых инструментов, что открывает дополнительные возможности для финансирования и стимулирования экологически ответственного поведения.

Наиболее актуальными и перспективными направлениями применения технологии «блокчейн» в лесовосстановлении в настоящее время можно считать направления, входящие в группу углеродной нейтральности. Использование блокчейна для повышения уровня углеродной нейтральности является инновационным подходом к управлению данными и процессами, связанными с сокращением уровня выбросов углерода в атмосферу.

Лесоклиматический проект является перспективной идеей, которая в настоящее время активно реализуется при содействии государства, частного бизнеса и местных сообществ [3; 4], а с вовлечением блокчейн-технологии предоставляется возможность осуществить более эффективный и привлекательный для инвесторов проект. Принцип участия предприятий в лесоклиматических проектах для компенсации углеродных выбросов представлен на рис. 2.

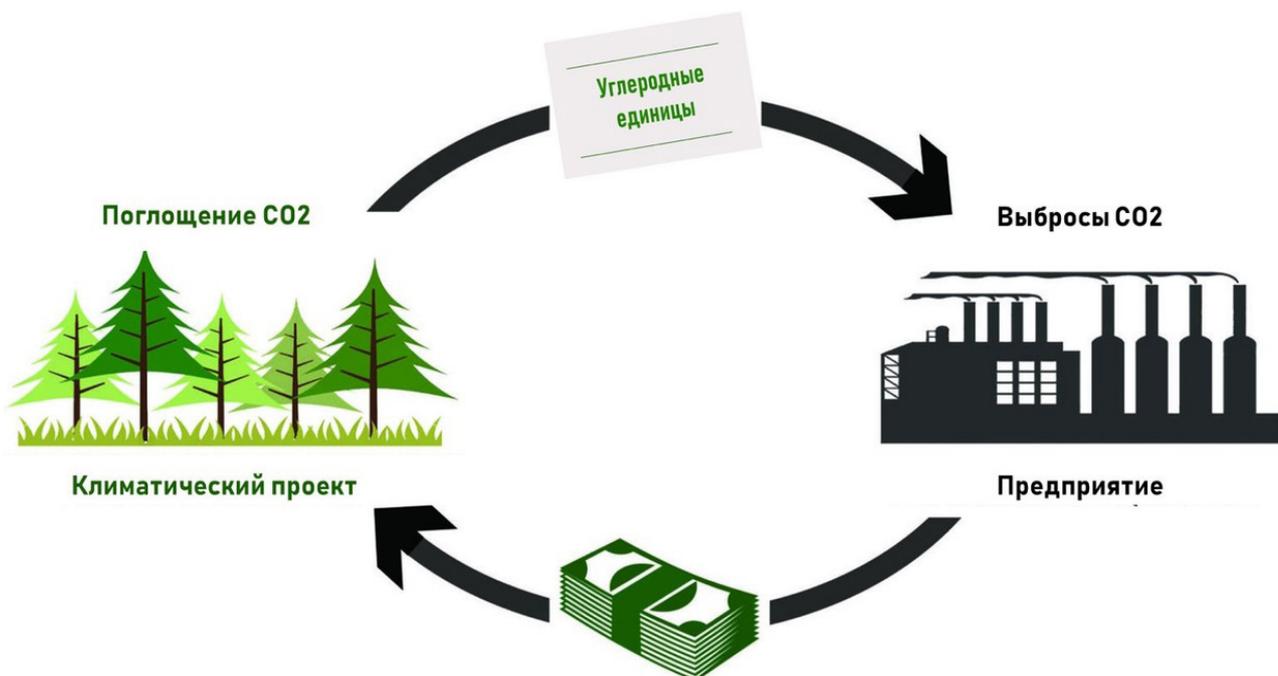


Рис. 2. Схема вовлечения предприятий в лесоклиматические проекты для компенсации углеродных выбросов

Выводы

Существующие проблемы в комплексе страны указывают на то, что отечественная система управления лесными ресурсами не отвечает в полной мере современным потребностям государства, бизнеса и общества. Стратегическая цель цифровизации экономики, реализуемая в настоящее время в РФ, охватывает множество сфер, включая, конечно, и лесной сектор, что должно существенно изменить привычные способы взаимодействия людей и организаций. Использование технологии «блокчейн» представляет особый интерес для лесного сектора страны, особенно, в области воспроизводства лесных ресурсов благодаря своим уникальным характеристикам.

Оценка перспектив практического применения технологии «блокчейн» в сфере воспроизводства лесных ресурсов на примере Иркутской области позволяет сделать вывод о том, что в результате использования блокчейн-технологии возможно качественно отслеживать все этапы проекта, что, в свою очередь, будет способствовать увеличению доверия между всеми участниками процесса и минимизируя уровень рисков искажения информации. Также с помощью блокчейн-технологии можно создать платформы для размещения «зеленых» финансовых инструментов, что открывает дополнительные возможности для финансирования и стимулирования экологически ответственного поведения.

В результате выполненных исследований разрабатывается механизм реализации лесоклиматического проекта в Иркутской области с применением технологии «блокчейн». Реализация таких природных климатических проектов в лесной сфере с использованием блокчейн-технологий представляет собой передовой и эффективный подход к решению глобальных экологических проблем.

Список использованной литературы

1. Шипицина Ю.М. Использование фандрайзинга для внедрения блокчейна с целью снижения уровня риска искажения отчетности компании / Ю.М. Шипицина, А.Ю. Беликов // Управление финансовыми рисками. – 2024. – № 2. – С. 108–121. – EDN MQUXWU.
2. Иркутская область сохраняет лидирующую позицию в России по лесовосстановлению. – URL: <https://open.irkobl.ru/governor/619778> (дата обращения 15.10.2024).
3. Лесные климатические проекты: возможности и проблемы реализации ESG-подхода. Часть 1 / Г.А. Фоменко, А.А. Романовская, М.А. Фоменко и др. // Проблемы региональной экологии. – 2022. – № 2. – С. 91–106. – DOI 10.24412/1728-323X-2022-2-91-106. – EDN OHSVMA.
4. Фролова В.А. Подходы к валидации и верификации лесных климатических проектов / В.А. Фролова, О.В. Чернышенко // Научные основы устойчивого управления лесами : материалы всерос. науч. конф. с междунар. участием, посвящ. 30-летию ЦЭПЛ РАН (г. Москва, 25–29 апр. 2022 г.). – Москва : Центр по проблемам экологии и продуктивности лесов РАН, 2022. – С. 250–252.

Информация об авторах

Горбунова Ольга Ивановна – кандидат технических наук, доцент, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: GorbunovaOI@bgu.ru.

Кузнецов Алексей Александрович – выпускник магистратуры «Лесное дело», директор ООО «Сибторг», г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: sibtorg-irk@mail.ru.

Authors

Olga I. Gorbunova – PhD in Technical Sciences, Associate Professor, Department of Industrial Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: GorbunovaOI@bgu.ru.

Alexey A. Kuznetsov – graduate of the Master's degree in Forestry, Director of Sibtorг LLC, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: sibtorg-irk@mail.ru.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕР ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация. В данной статье проведен анализ существующих мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на территории Иркутской области в аспекте цифровизации. В работе представлен SWOT-анализ, в рамках которого дана оценка его эффективности с учетом региональной специфики. В результате проведенного анализа были предложены основные рекомендации по совершенствованию государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, направленной на цифровую модернизацию регионального бизнес-сообщества.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, цифровизация, государственная поддержка, экономическое развитие, конкурентоспособность.

K.S. Grishin

EFFECTIVENESS OF MEASURES TO SUPPORT SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE IRKUTSK REGION IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Abstract. This article analyzes the existing measures of state support for small and medium-sized enterprises (SMEs) in the Irkutsk region in the context of digitalization. A SWOT-analysis is presented, assessing the effectiveness of these measures while considering regional specifics. Based on the analysis, key recommendations were proposed for improving state support aimed at the digital modernization of the regional business community.

Keywords: small and medium-sized enterprises, digitalization, state support, economic development, competitiveness.

Введение. В современных условиях трансформации экономической системы на фоне растущего санкционного давления и переориентации национальных рынков малый и средний бизнес находится в наиболее уязвимом положении. Данная тенденция актуальна для большинства экономических сфер, соответственно, вопрос внедрения технологических и цифровых инноваций актуализировался. Отметим, что малое и среднее предпринимательство (МСП) играет одну из ключевых ролей в обеспечении устойчивого экономического роста, а также влияет на рынок труда и развитие локальных рынков. Однако в сравнении с крупными федеральными предприятиями и концернами МСП не обладает достаточным инфраструктурным, финансовым, кадровым и ресурсным потенциалом и зависит от государственной поддержки, что в значительной степени усложняет адаптацию малого и среднего бизнеса к цифровой экономике. В связи с чем необходимость

изучения эффективности мер государственной поддержки субъектов МСП как на федеральном, так и на региональном уровнях является одной из первостепенных задач, стоящих перед научным сообществом в условиях глобальной цифровизации и виртуализации.

Всесторонняя поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях глобального экономического кризиса является важным элементом государственной политики по развитию предпринимательского сектора. Без системного участия органов государственной и муниципальной власти в поддержке данных субъектов экономической системы, резко возрастает угроза того, что региональные предприниматели утратят свою конкурентоспособность как на локальных, так и на глобальных рынках сбыта. В частности, в Иркутской области наблюдаются специфичные факторы влияния на данный процесс, требующие комплексного анализа, среди которых мы можем отметить удаленность от ключевых экономических и научных центров страны, что, в свою очередь, затрудняет доступ к современным цифровым технологиям. К тому же уровень предпринимательской компетентности в регионе ниже, что также влияет на уровень цифровизации и «диджитализации» местного бизнеса. Соответственно, оценка эффективности существующих мер государственной поддержки и внедрение новых становится необходимым условием для развития экономики Иркутской области.

Проблематика государственной поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в научной литературе является достаточно популярной и хорошо разработанной. Общие вопросы государственной поддержки МСП рассматривались многими авторами, среди которых мы можем выделить К.А. Левченко, В.Ю. Епанчинцева, К.М. Калинину, А.А. Адаменко и др. Инструменты государственной поддержки малого и среднего бизнеса институционализировались в нормативно-правовой базе Российской Федерации сравнительно недавно, соответственно, вопросы оценки эффективности данных мер остаются дискуссионными. Среди авторов, занимающихся данной проблематикой, мы можем выделить А.В. Охрименко, М.А. Гачегова, И.М. Зайченко. Региональный же аспект изучения системы государственной поддержки, в частности, в Иркутской области, рассмотрены в работах В.Е. Болдырева, А.В. Юсуповой, А.А. Харченко. Однако, на фоне глобального политического и экономического кризиса, а также цифровой трансформации бизнес-среды, существует потребность дополнительной оценки эффективности принимаемых государственных мер поддержки МСП особенно с точки зрения региональной специфики Иркутской области.

Научная новизна данного исследования заключается в комплексной оценке существующей системы государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Иркутской области в разрезе проблематики цифровизации бизнес-пространства. Отметим, что в отличие от существующих научных работ по схожей проблематике данная статья предметно нацелена на общий анализ эффективности инструментов государственной поддержки в корреляции с региональной спецификой и учетом территориальных, социальных и экономических особенностей. Таким образом, исследование позволит не только дать объ-

ективную оценку существующей системе господдержки, но и разработать новые подходы и решения, которые могут повысить эффективность системы и сделать практический вклад в развитие регионального бизнес-сообщества.

Цель и задачи исследования. Целью настоящей научной статьи является проведение комплексного анализа эффективности мер государственной поддержки, оказываемой малому и среднему предпринимательству Иркутской области, в условиях активной цифровой трансформации национальной и региональной экономики.

Для достижения этой цели необходимо выполнить несколько ключевых задач:

1. Изучить существующие меры поддержки малого и среднего предпринимательства в Иркутской области.
2. Оценить степень цифровизации малого и среднего бизнеса в регионе.
3. Выявить основные проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели в процессе цифровизации.
4. Разработать практические рекомендации по повышению эффективности мер поддержки МСП.

Методы исследования. В ходе написания научной статьи были использованы общенаучные методы исследования (категоризация содержания обобщенных и осмысленных материалов, классификация и схематизация полученных результатов), а также ряд прикладных методов исследования. Теоретический анализ включал в себя изучение документальных источников (научная литература, нормативно-правовые документы), а также статистический анализ официальных открытых данных. Это позволило составить комплексное представление о динамике изучаемой проблематики и дало возможность оценить состояние развития предпринимательского сектора Иркутской области и эффективность мер государственной поддержки.

Полученные результаты. Малое и среднее предпринимательство (МСП) играет ключевую роль в развитии социально-экономической системы любого региона, включая Иркутскую область. В целом, говоря о цифровой трансформации, мы, в первую очередь, имеем в виду «процесс преобразования бизнес-процессов предприятия в цифровую форму» [3, с. 206]. Становится очевидным тот факт, что цифровая трансформация является комплексным явлением, которое затрагивает все сферы деятельности бизнеса, начиная от внутренней системы управления и кадрового учета, заканчивая производственными процессами, маркетинговыми стратегиями, процессом продаж и взаимодействия с целевой аудиторией. Однако цифровизация зачастую сопровождается рядом специфических проблем, характерными для субъектов малого и среднего предпринимательства (нехватка ресурсов, недостаточные знания в области цифровых технологий, инфраструктурная неразвитость предприятий, информационный вакуум и др.). Соответственно, при отсутствии системного подхода происходит

постоянный рост издержек во всех бизнес-процессах и, как следствие, бизнес становится неликвидным. Поэтому для комплексного понимания ситуации был проведен SWOT-анализ (табл. 1).

Таблица 1

Матрица SWOT-анализа эффективности мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в корреляции с проблемой цифровизации МСП в Иркутской области

S – сильные стороны	W – слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитая цифровая инфраструктура в Иркутской области. 2. Наличие широкого перечня государственных программ поддержки МСП. 3. Позитивная региональная политика, направленная на технологическое и инновационное развитие МСП. 4. Активное участие образовательных учреждений в кросс-образовательных программах для предпринимателей. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкий уровень цифровой грамотности среди предпринимателей. 2. Ограниченность финансовых, инфраструктурных и кадровых ресурсов для комплексной поддержки МСП. 3. Слабая информированность о мерах государственной поддержки. 4. Недостаток эффективных IT-инструментов, интегрированных с региональными программами поддержки.
O – возможности	T – угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение доступности цифровых платформ для предпринимателей. 2. Государственные программы цифровой экономики могут предоставить дополнительные ресурсы для развития МСП. 3. Развитие образовательных программ по повышению уровня цифровой грамотности среди предпринимателей. 4. Импорт цифровых решений для модернизации большей части бизнес-процессов в МСП. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Крупные компании могут быстрее адаптироваться к цифровизации и вытеснить МСП с рынка. 2. Экономическая зависимость от цифровых решений, интегрированных в бизнес-процессы МСП. 3. Рост рисков для кибербезопасности МСП. 4. Сложные процедуры получения государственной поддержки и адаптации к цифровым программам, что влияет на скорость цифровизации МСП.

В эпоху цифровой трансформации особое значение приобретает синергия органов государственной и муниципальной власти и бизнес-сообщества, которая направлена на интеграцию современных технологий в различные бизнес-процессы МСП. Одним из инструментов данного государственно-частного партнерства является разработка и реализация различных программ поддержки, которые будут способствовать как цифровизации бизнеса, так и повышению конкурентоспособности последних.

Как отмечают А.В. Охрименко и М.А. Гачегов, для оценки эффективности мер государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, используют ряд как количественных, так и качественных методов, среди которых можно выделить:

1. Анкетный опрос и экспертное интервьюирование.
2. SWOT-анализ.
3. Оценка финансовых показателей предприятия.
4. Оценка целевых показателей государственных программ.

5. Изучение бюджетного баланса (расходы на поддержку и доходы от предприятий).

6. Интегральная оценка [7, с. 129].

Таблица 2

Показатели государственной поддержки МСП в 2021–2023 гг.
в Иркутской области

№ п/п	Наименование показателя	2021	2022	2023
1.	Количество субъектов МСП	86 005	85 300	88 132
2.	Доля МСП в ВРП Иркутской области	18,1%	16,4%	16,9%
3.	Сумма среднесписочной численности работников	202 568	211 211	207 510
4.	Имеющие признак «вновь созданные»	13647	12510	14 077
5.	Объем финансирования подпрограммы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Иркутской области»	257,8 млн руб.	310,6 млн руб.	257,6 млн руб.
6.	Количество проведенных консультаций для субъектов МСП	3 190	3 307	3 055

В целом, основываясь на данных, приведенных в табл. 2, можно сделать вывод, что меры государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Иркутской области способствуют увеличению количества субъектов МСП. Для усиления позитивных тенденций необходимо продолжать совершенствование программ поддержки, уделяя особое внимание эффективности в части экономического развития предприятий и их вклада в региональную экономику. К тому же непостоянство показателей занятости свидетельствует о нестабильности в данной сфере, соответственно, меры государственной поддержки не должны ограничиваться финансовыми инструментами, но также должны включать развитие бизнес-инфраструктуры, информационное сопровождение и обучение предпринимателей современным методам ведения бизнеса.

Разбирая более подробно конкретные меры государственной поддержки, отметим, что в Иркутской области в 2023 году, по данным регионального правительства, 2 617 субъектов малого и среднего бизнеса получили государственную поддержку [8]. Однако при более детальном анализе становится очевидным тот факт, что основным источником финансирования является Министерство сельского хозяйства Иркутской области. Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день данное направление государственной политики в регионе имеет ряд инфраструктурных проблем.

На основании данных Министерства труда и занятости Иркутской области в регионе существует достаточно большой набор различных мер государственной поддержки малого и среднего бизнеса, включая такие меры как субсидирование, консультационно-методическая помощь предпринимателям, а также отдельные специализированные программы для отдельных экономических ниш (в частно-

сти, для сельского хозяйства) [9]. Данные меры государственной поддержки, в первую очередь, направлены на улучшение экономических и инфраструктурных условий для ведения бизнеса МСП, что, в свою очередь, может положительно сказаться на модернизации производственных процессов, укрепления конкурентоспособности и развития товарной матрицы предприятий.

Разбирая более подробно отдельные меры государственной поддержки, отметим, что основной мерой является именно субсидирование части затрат на приобретение производственного оборудования, что является крайне важным инструментом финансовой поддержки МСП. Так, например, предприятия могут получить до 50 % возмещения затрат на оборудование, что является сильным стимулом для обновления производственных мощностей. Однако существует ряд строгих требований для получения этих субсидий, включая наличие налоговой отчетности и отсутствие задолженностей, что может усложнить процесс для небольших предприятий.

Кроме того, субсидии распространяются на лизинговые платежи и проценты по кредитам, что дает предприятиям возможность привлекать дополнительные ресурсы для расширения бизнеса. Тем не менее, ограничения на максимальные суммы субсидий (до 500 тысяч рублей) могут быть недостаточными для крупных инвестиционных проектов, что сужает сферу применения этих мер.

В рамках инфраструктурной поддержки ключевой мерой государственной поддержки является консультирование и обучение предпринимателей, но отметим, что в рамках цифровой трансформации требуются более гибкие и адаптивные инструменты, которые будут соответствовать нормам экономическим реалиям. Так, например, цифровизация бизнеса требует комплексного внедрения инноваций и модернизации многих бизнес-процессов, соответственно, существующие меры господдержки в виде информационно-методической помощи являются ограниченными и малоэффективными. К тому же реализуемые меры в основном направлены на молодых предпринимателей и стартаперов, с другой же стороны данные обучающие программы имеет смысл адаптировать под более сложные задачи: внедрение автоматизированных CRM-систем, электронной коммерции или ИИ-технологий, кибербезопасности, использования облачных технологий и интернет-маркетинга.

Основной же проблемой все так же остается ограниченность средств на субсидирование, а также сложность бюрократических процедур, которые становятся барьером для большинства субъектов малого и среднего предпринимательства. Также необходимо отметить, что государственная поддержка в основном направлена на производственные предприятия, в то время как малый бизнес в сфере услуг остается на втором плане.

Анализ данных о состоянии развития сферы государственного и муниципального управления в аспекте цифровизации показывает, что за последние несколько лет показатель «цифровая зрелость» вырос до 86,7 % в 2023 году, а общее число граждан, зарегистрированных на государственном портале «Госуслуги», увеличилось на 6,3 %, что в абсолютных показателях составляет 1,76 млн жите-

лей Иркутской области [4]. Данные показатели отражают эффективность работы по переводу социально значимых услуг в цифровой формат и высокую степень вовлеченности граждан в электронные сервисы, предлагаемые государством.

Однако отметим, что при анализе состояния развития цифровизации в сфере малого и среднего бизнеса существует ряд проблем. Несмотря на общие положительные показатели цифровизации государственного сектора, развитие МСП не достигает даже средних показателей цифровизации. Так, например, на сентябрь 2024 года по данным Управления Федеральной налоговой службы по Иркутской области в регионе насчитывается 88 040 субъектов малого и среднего бизнеса, однако, за прошлый календарный год ни одно из предприятий МСП не участвовало в программах партнерства, направленных на развитие цифровой инфраструктуры [2]. Соответственно, мы можем сделать вывод, что сфера господдержки цифровизации МСП является малоэффективной и требует серьезных системных преобразований.

Таким образом, сравнивая высокие показатели цифровизации сферы государственного и муниципального управления в Иркутской области и низкие результаты цифровой трансформации МСП, можем сделать вывод о том, что деятельность органов региональной власти в рамках данного вопроса сосредоточена преимущественно на социальном и административном секторах, а развитие бизнес-сообщества и экономики в целом остается без должного внимания.

Выводы. В результате проведенного комплексного исследования проблематики государственной поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в корреляции с процессом цифровизации нами были выделены ключевые сильные и слабые стороны действующих мер поддержки в Иркутской области. Отметим, что несмотря на реальные успехи в области цифровизации государственных услуг, малый и средний региональный бизнес по-прежнему сталкивается с серьезными ограничениями, которые, в первую очередь, связаны с недостаточным финансированием, низкой цифровой грамотностью и сложностями в доступе к цифровым технологиям. Соответственно, по результатам анализа нами были сформулированы перспективные направления повышения эффективности государственной поддержки, включая следующие предложения:

Расширение масштабов и доступности образовательных программ и услуг в сфере развития знаний, умений и навыков цифровой грамотности, что позволит предпринимателям более эффективно адаптировать свой бизнес под современные социально-экономические реалии. Разрабатываемые образовательные программы должны быть гибкими с точки зрения внедрения знаний в бизнес-процессы любого предприятия, поэтому рекомендуем начать с обучения использованию передовых бизнес-технологий (CRM-систем, электронной коммерции и инструментов интернет-маркетинга).

Органам государственной власти необходимо упростить механизм получения субсидий, снизив бюрократическую нагрузку на предпринимателей и увели-

чив максимальные суммы финансовой поддержки для малых и средних инвестиционных проектов.

Органам государственной и муниципальной власти стоит обратить внимание на равномерность распределения государственной поддержки между различными секторами экономики Иркутской области, в частности, на поддержку организаций из сферы услуг.

Внедрить специализированные программы поддержки предприятий, которые готовы к цифровой трансформации, что станет важным шагом на пути к развитию более устойчивой и конкурентоспособной экономики региона.

Список использованной литературы

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства // Федеральная налоговая служба. – URL: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html?statDate=&level=0&fo=7&ssrf=38> (дата обращения: 29.09.2024 г.).

2. Зайченко И.М. Цифровая трансформация бизнеса: подходы и определение / И.М. Зайченко и др. // Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – № 2. – С. 205–212.

3. Иркутская область по показателям цифровой трансформации вышла на второе место в СФО // Правительства Иркутской области. – URL: <https://irkobl.ru/news/3601467> (дата обращения: 29.09.2024 г.).

4. Реестр хозяйствующих субъектов, получивших государственную финансовую поддержку за счет бюджетных средств в 2023 году // Правительство Иркутской области. – URL: https://irkobl.ru/region/economy/business/%D0%A0%D0%B5%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%80%202023_%D0%98%D0%A2%D0%9E%D0%93.xlsx (дата обращения: 29.09.2024 г.).

5. Сводная информация о мерах государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Иркутской области // Министерством труда и занятости Иркутской области. – URL: <https://irkzan.ru/Documents/Detail/69910371-cbb6-4337-a10e-dfecaba32f75> (дата обращения: 29.09.2024 г.).

6. Левченко К.А. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации / К.А. Левченко, В.Ю. Епанчинцев // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. – 2018. – №1 (12). – С. 1–6.

7. Калинина К.М. Значение государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в современной России / К.М. Калинина // А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). – 2018. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-gosudarstvennoy-podderzhki-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 08.10.2024).

8. Адаменко А.А. Государственная поддержка как инструмент развития малого бизнеса / А.А. Адаменко и др. // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. экономические науки. – 2020. – Т. 13, № 3. – С. 57–67.

9. Охрименко А.В. Оценка эффективности поддержки малого и среднего предпринимательства / А.В. Охрименко, М.А. Гачегов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2023. – № 4. – С. 124–146.

10. Харченко А.А. Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Иркутской области / А.А. Харченко // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2019. – № 2 (13). – С. 68–71.

11. Юсупова А.В. Оценка эффективности принятых с 2020 года мер по поддержке малого и среднего бизнеса в период распространения новой коронавирусной инфекции (сovid-19) / А.В. Юсупова, В.Е. Болдырев // Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе. – 2021. – С. 122–127.

Информация об авторе

Гришин Кирилл Сергеевич – магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: pochtaPP@mail.ru.

Научный руководитель

Бисикало Елена Эдуардовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: BisikalooEE@bgu.ru.

Author

Kirill S. Grishin – master’s Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: pochtaPP@mail.ru.

Scientific supervisor

Elena E. Bisikalo – PhD in Economics, AssociateProfessor, Department of Enterprise Economics and entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: BisikalooEE@bgu.ru.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. В данной статье, автор исследует влияние цифровизации на бизнес-модели, анализируя возможности, вызовы и стратегии адаптации. Рассматриваются новые архетипы цифровых бизнес-моделей, модели зрелости технологий и социально-экономические аспекты трансформации.

Ключевые слова: цифровизация, бизнес-модели, трансформация, технологии, экосистема, зрелость.

A.V. Dorzhieva

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON BUSINESS MODELS OF ENTREPRENEURSHIP

Abstract. The article explores the impact of digitalization on business models, analyzing opportunities, challenges and adaptation strategies. New archetypes of digital business models, models of technology maturity and socio-economic aspects of transformation are considered.

Keywords: digitalization, business models, transformation, technology, ecosystem, maturity.

Введение

Цифровая трансформация представляет собой не просто внедрение новых технологий, а фундаментальное изменение принципов функционирования и создания ценности в организациях. Однако, она связана и с рядом проблем и вызовов, которые предполагают интеграцию цифровых технологий во все аспекты деятельности, от продуктов и процессов до взаимодействия с клиентами.

Актуальность. Цифровая трансформация является неотъемлемой частью стратегии развития бизнеса. Она позволяет компаниям, не только выживать в условиях изменений, но и процветать в новой цифровой в реальности.

Цель. Изучение влияния цифровизации на бизнес-модели предпринимательства, а также выявить ключевые изменения в подходах к ведению бизнеса.

Задачи:

1. Изучить влияние, вызовы и риски, связанные с внедрением цифровых технологий в бизнес-процессы;
2. Исследовать цифровые бизнес-модели в современной экономике, а также архетипы, связанные с ними;

3. Выявить преимущества, которые цифровизация приносит компаниям, включая улучшение профессиональных навыков и расширение рисков.

Методы исследования. Анализ научной литературы.

Цифровой бизнес открывает перед компаниями новые горизонты для развития и роста. Освоение цифровых продуктов и услуг создает дополнительные источники дохода, как это произошло с революционным SaaS. Цифровые платформы способствуют глобальной экспансии, открывая доступ к международным рынкам и расширяя клиентские базы благодаря электронной коммерции. Монетизация данных, собранных по цифровым каналам, превращает информацию в ценный актив, который может быть использован для создания новых продуктов и услуг. Наконец, цифровая трансформация качественно улучшает взаимодействие с клиентами, повышая их лояльность, укрепляя защиту их интересов и увеличивая их пожизненную ценность для компании.

Цифровая трансформация, несмотря на свои преимущества, сопряжена с рядом вызовов. Сопrotивление изменениям со стороны сотрудников, привыкших к традиционным методам работы, требует внедрения культурных изменений и стратегий управления для обеспечения плавного перехода. Важнейшей задачей становится кибербезопасность, поскольку компании оперируют большими объемами данных, и утечки информации могут нанести серьезный ущерб. Значительные первоначальные инвестиции в технологии могут осложнить цифровую трансформацию, особенно для малых предприятий. Наконец, усиление конкуренции со стороны как традиционных игроков, так и технологически продвинутых стартапов требует от компаний постоянных инноваций для сохранения конкурентных позиций. Исследование цифровых бизнес-моделей в современной экономике имеет ряд особенностей. Концептуальная схема А. Остервальдера, получившая широкое признание в традиционных отраслях, послужила основой для разработки многочисленных адаптаций, ориентированных на цифровые стартапы и предприятия. Среди авторов, предложивших свои модификации, следует отметить Б. Аполло, П. Аугтона. Параллельно с этим наблюдается возникновение значительного числа инновационных бизнес-моделей, фокусирующихся на механизмах генерации прибыли. В работе проводится сравнительный анализ цифровой и традиционной бизнес-моделей с привязкой к составляющим концепции А. Остервальдера. Исследователи выделяют новые категории потребительских групп и методы изучения их поведения, например, «путешествие клиента» (Customer Journey Map). Возникают свежие подходы к формированию ценностного предложения, такие как «бережливый стартап» (Lean Startup) и «развитие клиента» (Customer Development). Трансформируются каналы дистрибуции и информирования, взаимодействия с потребителями, наблюдается развитие омниканальности. Среди инновационных источников доходов выделяются комиссия, рекламная и подписная модели, а также краудфандинг. Ключевыми ресурсами выступают цифровые платформы и применение информационных

технологий. В рамках исследования цифровых бизнес-моделей были идентифицированы такие базовые архетипы, как Freemium, открытый исходный код, платформа и экосистема. Предлагаемая классификация отражает градацию уровней развития платформенных решений, коррелируя с концепцией, разработанной П. Вайлом и С. Ворнером [2, с. 51]. Ученые выделяют четыре фундаментальные стратегии развития предприятий, базирующиеся на двух ключевых аспектах: глубине понимания потребительских нужд (фрагментарное или всеобъемлющее) и архитектуре хозяйственной деятельности (линейная цепочка создания стоимости или сетевая экосистема). Сочетание данных принципов приводит к формированию четырех различных моделей ведения бизнеса. В первую очередь, можно выделить компанию-поставщика – субъект предпринимательства, реализующий свою продукцию посредством партнерских организаций. Второй тип – многоканальная интеграция, представляющая собой консолидированную цепочку добавленной стоимости, обеспечивающую комплексный клиентский опыт, охватывающий многообразие продуктов и каналов взаимодействия. Третьей моделью является модульный провайдер – организация, предоставляющая готовые к применению продукты или сервисы. Наконец, четвертый тип – оператор экосистемы, субъект, осуществляющий координацию сетевого взаимодействия предприятий, устройств и потребителей с целью генерирования ценности для всех вовлеченных сторон. Таким образом, типология цифровых бизнес-моделей тесно связана с выбранной стратегией развития компании, обусловленной уровнем понимания потребностей клиентов и организационной структурой бизнеса. В рамках данной работы выдвигается предположение, что эволюция стратегий цифровизации может быть интерпретирована как определенная градация уровней развития. На начальном этапе формирования цифрового рынка и появления первых технологических решений представители устоявшихся бизнес-парадигм выступают в роли поставщиков. По мере расширения рынка и роста числа цифровых платформ происходит формирование интегрированной цепочки создания ценности. В дальнейшем возникают модульные производители, ориентированные на потребителей платформы. Завершающей стадией становится консолидация участников на платформе, стимулирующая развитие экосистемы. В отличие от классических бизнес-моделей, в контексте цифровизации невозможно игнорировать организационные и социально-экономические аспекты. Сущность цифровой трансформации заключается в замещении человеческого труда роботизированными системами, сенсорными устройствами и платформенными решениями. Экономическая выгода достигается за счет масштабирования, применения методов математического моделирования и персонализации. Авторы полагают, что особое внимание следует уделить не только бизнес-моделям, но и технологическим моделям зрелости, которые в условиях цифровизации приобретают первостепенное значение. Для оценки и совершенствования различных аспектов деятельности организаций разработан ряд моделей зрелости. Модель СММІ помогает компаниям

оптимизировать процессы, определяя уровни их зрелости и снижая риски. Шкала TRL, разработанная NASA, оценивает готовность технологий к внедрению, от концепции до полной эксплуатации. Модель A2CM2 фокусируется на аналитических возможностях организации, помогая развивать их от базового уровня до продвинутой аналитики. Модель DMM позволяет оценить эффективность управления данными как стратегическим активом компании, предлагая подходы к совершенствованию практик в этой области. Именно в этой области формируются новые профессиональные навыки и возникает потребность в специалистах. Информационно-технологическая служба трансформируется из вспомогательного подразделения в ключевую, стратегически важную структуру. Предполагается, что глубокое осмысление цифровых бизнес-моделей позволит разработать эффективные стратегии цифровизации, а также алгоритмы внедрения цифровых решений.

Выводы

Таким образом, цифровизация, как передовой инновационный подход, выступает фундаментом для разработки приоритетных стратегических инициатив. Внедрение цифровых технологий позволяет компаниям оптимизировать процессы, повышать эффективность и создавать инновационные продукты и услуги, что формирует их конкурентное преимущество. Цифровые бизнес-модели, в отличие от традиционных, опираются на развитую технологическую базу, включающую обработку данных, аналитику и оптимизацию операций. Уровень развития этих компонентов напрямую определяет стратегические возможности бизнеса, трансформируясь из ограничений в предпосылки для их реализации.

Список использованной литературы

1. Борисов Е. Цифровая трансформация бизнес-моделей / Е. Борисов, А. Минов, Б. Славин. – URL: [4cio.ru>content/4CDTO/bori.pdf](https://4cio.ru/content/4CDTO/bori.pdf) (дата обращения 08.10.2024).
2. Вайл П. Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организаций нового поколения / П. Вайл, С. Ворнер : пер. с англ. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 257 с.
3. Малышева Л.А. Контроллинг организационных изменений: как не утонуть в море популярных концепций? : учеб. пособие / Л.А. Малышева. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 288 с.
4. Малышева, Л. А. Бизнес-модели цифровой трансформации предприятий / Л.А. Малышева // Новые экономические исследования : сб. ст. 4-й междунар. науч.-практ. конф. (г. Пенза, 15 апр. 2021 г.). – Пенза : Наука и Просвещение, 2021. – С. 15–18.
5. The Impact of Digital Transformation on Business Models: Opportunities and Challenges. – URL: <https://www.linkedin.com/pulse/impact-digital-transformation-business-models-challenges-aaron-webb-n0o1e>.

Информация об авторе

Доржиева Алина Валерьевна – студентка 2-го курса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: alinaa.dorzhieva@ya.ru.

Научный руководитель

Шавкунова Ирина Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: ShavkunovaIS@bgu.ru.

Author

Alina V. Dorzhieva – 2nd year student, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: alinaa.dorzhieva@ya.ru.

Scientific supervisor

Irina S. Shavkunova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: ShavkunovaIS@bgu.ru.

УПРОЩЕННАЯ БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СВЕТЕ ФСБУ 4/2023

Аннотация. Исследование охватывает состав и содержание упрощенной бухгалтерской отчетности по правилам ФСБУ 4/2023. Авторами рассмотрены вопросы нового содержания форм упрощенной отчетности, правил ее составления. Представлен обзор нормативных источников, в которых упоминается упрощенная бухгалтерская отчетность. Даны рекомендации по совершенствованию нормативных актов. Материал, изложенный в данной статье, может быть полезен как научному сообществу, так и практикующим бухгалтерам, представителям субъектов малого предпринимательства, некоммерческих организаций.

Ключевые слова: упрощенная бухгалтерская отчетность, ФСБУ 4/2023, бухгалтерская (финансовая) отчетность, упрощенные способы, бухгалтерский учет.

Е.К. Kopylova,
Т.И. Kopylova

SIMPLIFIED ACCOUNTING REPORTING FOR SMALL BUSINESSES FROM THE PERSPECTIVE OF THE FAS 4/2023

Abstract. The study covers the composition and content of simplified accounting statements according to the rules of the FAS 4/2023. The authors considered the issues of the new content of simplified reporting forms and the rules for its compilation. An overview of regulatory sources that mention simplified accounting is presented. Recommendations for improving regulations are given. The material presented in this article can be useful to both the scientific community and practicing accountants, representatives of small businesses, non-profit organizations

Keywords: simplified accounting statements, FAS 4/2023, accounting (financial) statements, simplified methods, accounting.

Введение

Изменения в федеральных стандартах бухгалтерского учета, происходящие в последнее время, затронули регулирование такого важного инструмента представления информации как бухгалтерская отчетность. Приказом Минфина России от 04.10.2023 г. № 157н утвержден новый федеральный стандарт «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» (далее – ФСБУ 4/2023) [1], в котором устанавливается состав форм отчетности и раскрывается содержание представляемой отчетной информации. Новшеством данного стандарта, в отличие от его предшественника ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», является выделение нескольких статей, систематизирующих правила формирования и представления упрощенной бухгалтерской отчетности.

В настоящий момент авторами экономической литературы уделяется достаточно внимания вопросам содержания ФСБУ 4/2023. Например, рекомендации по совершенствованию проекта ФСБУ 4/2023 даны автором В.С. Заика [2], анализ новаций представлен А.В. Пушининым [3], новые требования к формированию бухгалтерской отчетности можно встретить в трудах Г.И. Алексеевой [4], Е.Е. Головой [5], Е.В. Демяхиной [6], Т.М. Кузьминой [7], Н.Н. Костевой и Т.Н. Павлюченко [8], Я.В. Путырской и Н.Е. Левченко [9], И.В. Романовой и Н.А. Бердниковой [10], М.В. Штиллер, А.А. Богатовой, А.Н. Карташовой [11]. Вместе с тем, отдельных исследований по новациям в части упрощенной бухгалтерской отчетности не наблюдается, что актуализирует рассмотрение данного вопроса.

Цель настоящего исследования – определение состава и содержания упрощенной бухгалтерской отчетности в контексте требований нового федерального стандарта бухгалтерского учета. Основными задачами исследования выступают: обзор требований стандарта к упрощенной бухгалтерской отчетности; сравнение текущих и прежних правил формирования упрощенной отчетности; обобщение официальных рекомендаций по составлению упрощенной бухгалтерской отчетности.

Для настоящего исследования использованы следующие методы: анализ, синтез, сравнение.

Полученные результаты

Новый ФСБУ 4/2023 вступает в силу с отчетного периода за 2025 г. Представляется интересным рассмотреть вопрос регулирования составления упрощенной бухгалтерской отчетности для категорий лиц, имеющих право на редуцирование.

Перечень лиц, которые вправе формировать упрощенную бухгалтерскую отчетность, утвержден законодательно и представлен в п. 4 ст. 6 Федерального закона РФ от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»: субъекты малого предпринимательства, некоммерческие организации, участники проекта «Сколково». Вместе с тем, данный закон ограничивает возможность применять упрощения в учете и отчетности 12 категориям (п. 5 ст. 6), среди которых, например, организации, бухгалтерская (финансовая) отчетность которых подлежит обязательному аудиту. Более законодательных требований по формированию упрощенной отчетности нет.

Ранее, до вступления в силу ФСБУ 4/2023, общие аспекты регулирования составления и представления упрощенной отчетности были установлены Приказом Минфина России от 02.07.2010 г. (в ред. от 06.04.2015 г.) № 66н [12]. В пунктах 6 и 6.1 данного приказа содержались требования к упрощенной системе отчетности, в частности, отчетная информация могла быть представлена без детализации по отдельным статьям, а в пояснениях приведена наиболее важная информация для стейкхолдеров. Также в приложениях к приказу был утвержден перечень упрощенных форм. Вместе с тем, условия Приказа № 66н давали возможность формировать и представлять отчетность в общем порядке, не приме-

няя упрощений. Однако со вступлением в силу нового ФСБУ, прежние нормы, регулирующие состав и формы бухгалтерской отчетности, отменяются.

Регулированию упрощенной бухгалтерской отчетности посвящены пункты 51-54 ФСБУ 4/2023.

В п. 52 разделен состав упрощенной бухгалтерской отчетности для коммерческих и некоммерческих организаций (рис. 1).

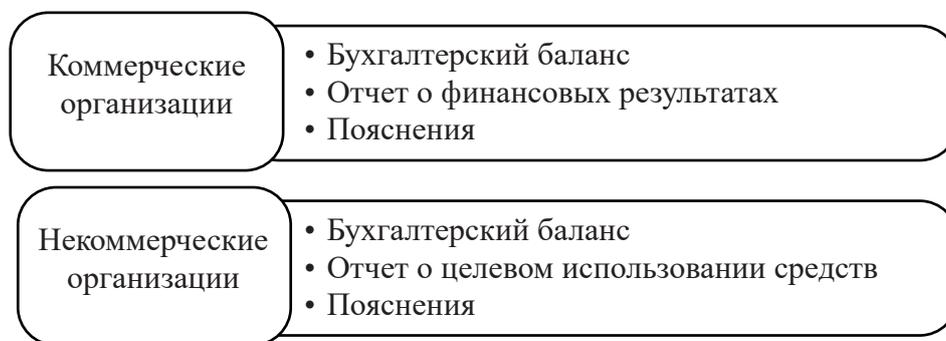


Рис. 1. Состав упрощенной бухгалтерской отчетности по ФСБУ 4/2023

Таким образом, мы видим, что значимых изменений в составе представляемых форм упрощенной бухгалтерской отчетности не произошло.

В п. 53 ФСБУ 4/2023 обозначается, что показатели бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, отчета о целевом использовании средств могут объединяться в группы без детализации. Это правило также ранее было установлено Минфином России в Приказе № 66н [12].

В п. 9 ФСБУ 4/2023 дан минимальный перечень показателей, раскрываемых в бухгалтерском балансе. Следовательно, в упрощенной форме этот перечень может более обобщенно группироваться, что и продемонстрировано в Приложении 9 к ФСБУ 4/2023. Например, показатели основных средств, инвестиционной недвижимости, капитальных вложений группируются в материальные внеоборотные активы, а нематериальные активы, финансовые вложения, отложенные налоговые активы могут быть отнесены к нематериальным, финансовым и другим внеоборотным активам упрощенной балансовой формы. На наш взгляд, в состав запасов упрощенной формы могут быть классифицированы показатели запасов, налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям, долгосрочных активов к продаже из обычной формы баланса. К финансовым и другим оборотным активам упрощенной формы могут быть отнесены показатели дебиторской задолженности, финансовых вложений обычной формы.

Минимальная информация в части заемных средств нашла отражение в показателях «Долгосрочные заемные средства», «Краткосрочные заемные средства» упрощенной формы. Сальдо отложенных налоговых обязательств раскрывается по показателю «Другие долгосрочные обязательства», а сальдо оценочных обязательств по показателю «Другие краткосрочные обязательства» или «Другие долгосрочные обязательства» баланса упрощенной формы в зависимости от сро-

ка погашения. Кредиторская задолженность организации отражается по единственному показателю упрощенной формы баланса.

Следует отметить, что по внешнему виду содержание формы упрощенного бухгалтерского баланса из ФСБУ 4/2023 по сравнению с Приказом № 66н не претерпело изменений. В активе без учета валюты баланса, по-прежнему, пять показателей, в пассиве – шесть. Единственное изменение заключается в том, что переименована статья «Капитал и резервы» в показатель «Капитал», однако смысловая нагрузка показателя осталась прежней.

Форма отчета о финансовых результатах, представленная в Приложении 9 к ФСБУ 4/2023, полностью соответствует ранее утвержденной упрощенной форме отчета. В ней, по-прежнему, не нашли отражения промежуточные показатели финансовых результатов, что затрудняет проводить аналитические исследования на базе данного отчета.

Для некоммерческих организаций актуален отчет о целевом использовании средств. В его новой форме появились промежуточные показатели, подтверждающие общую сумму поступления и расхода средств. Остальные показатели остались неизменны.

В п. 54 ФСБУ 4/2023 закреплены новые правила в части пояснений к отчетности (рис. 2).

Пояснения		
Указание, что бухгалтерская отчетность составлена в соответствии с федеральными и отраслевыми стандартами	Информация об учетной политике экономического субъекта в соответствии с ПБУ 1/2008 в отношении показателей (групп показателей), приведенных в бухгалтерском балансе, отчете о финансовых результатах, отчете о целевом использовании средств	Иная существенная информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовых результатах его деятельности за отчетный период

Рис. 2. Минимальный состав пояснений упрощенной бухгалтерской отчетности по ФСБУ 4/2023

Прошлая редакция пояснений к упрощенной отчетности (пп. «б». п. 6 Приказа Минфина России от 02.07.2010 г. (в ред. от 06.04.2015 г.) № 66н) содержала сведения о том, что «в приложениях к бухгалтерскому балансу, отчету о финансовых результатах, отчету о целевом использовании средств приводится только наиболее важная информация, без знания которой невозможна оценка финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности» [12]. Такая формулировка была достаточно размыта и позволяла вообще не формировать пояснения. Настоящие требования к пояснениям упрощенной бухгалтер-

ской отчетности, сформулированные в ФСБУ 4/2023, не дают полной свободы в отказе от формирования пояснений, в любом случае, необходимо указывать, что отчетность составлена в соответствии с бухгалтерским законодательством РФ, а также раскрывать учетную политику по представляемым показателям. Кроме того, в п. 54 ФСБУ 4/2023 конкретизируется, что «в случае существенности информации, подлежащей раскрытию в соответствии с настоящим стандартом в отчете об изменениях капитала и (или) отчете о движении денежных средств, в упрощенной бухгалтерской отчетности, данная информация раскрывается в виде таких отчетов либо в пояснениях» [1].

Следует также отметить, что Минфин России представил краткий обзор новаций ФСБУ 4/2023 в Информационном сообщении № ИС-учет-50 от 26.03.2024 г. Уточнено, что новый стандарт раскрывает состав упрощенной бухгалтерской отчетности и ее содержание. Кроме того, была выпущена Информация Минфина России № ПЗ-3/2024 «Об упрощенной системе бухгалтерского учета, включая бухгалтерскую (финансовую) отчетность», в которой перечислены основные рекомендации формирования бухгалтерской отчетности организации, применяющей упрощенные способы. Однако требования ФСБУ 4/2023 не учтены, в пунктах 35-37 ПЗ-3/2024 содержатся отсылки на Приказ Минфина России № 66н. На наш взгляд, следует привести этот момент в соответствие.

В 2024 г. субъектом негосударственного регулирования Институтом профессиональных бухгалтеров и аудиторов России актуализированы рекомендации для субъектов малого предпринимательства в части упрощенной бухгалтерской (финансовой) отчетности (размещены на официальном сайте органа под № ПР 6/2024). Вместе с тем, в этих рекомендациях, применяемых на добровольной основе, также не были охвачены требования ФСБУ 4/2023. Таким образом, нами рекомендуется внести изменения в данный документ.

Выводы

Появление бухгалтерского стандарта ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» спровоцировало взглянуть по-новому на порядок формирования упрощенной бухгалтерской отчетности для тех субъектов, которые вправе ее составлять. Новый стандарт систематизирует состав и содержание упрощенной бухгалтерской отчетности. Однако содержание показателей форм отчетности практически не изменено. Новации коснулись пояснений к упрощенной отчетности: с 2025 г. для организаций, применяющих упрощенные способы учета, необходимо раскрывать, как минимум, информацию об учетной политике, о применяемых или не применяемых федеральных стандартах бухгалтерского учета, иную существенную информацию.

В ходе исследования были замечены несоответствия информации, содержащейся в разных нормативных источниках. Рекомендуется применять Информацию Минфина России № ПЗ-3/2024 и Рекомендации Института профессиональных бухгалтеров и аудиторов России № ПР 6/2024 в контексте требований

ФСБУ 4/2023 в части составления и представления упрощенной бухгалтерской отчетности.

Список использованной литературы

1. Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» : Приказ Минфина России от 04.10.2023 г. № 157н // СПС «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_472684/552e4f85ef02bf4fd75d2ee6d478849e354d4dc9 (дата обращения 01.10.2024 г.)

2. Заика В.С. Анализ содержания и рекомендации по совершенствованию проекта ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» / В.С. Заика // Международный бухгалтерский учет. – 2024. – Т. 27, № 1 (511). – С. 100–120.

3. Пушинин А.В. Проект ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность: анализ новаций / А.В. Пушинин // Новеллы права, образования, экономики и управления 2023 : материалы 9-й междунар. науч.-практ. конф. (г. Гатчина, 24 нояб. 2023 г.). – 2024. – С. 271–274.

4. Алексеева Г.И. Бухгалтерская отчетность экономических субъектов в свете нового ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» / Г.И. Алексеева // Экономические науки. – 2024. – № 234. – С. 138–142.

5. Голова Е.Е. ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность»: новые требования / Е.Е. Голова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – № 7 (113). – С. 53–56.

6. Демяхина Е.В. Формирование бухгалтерской отчетности в соответствии с новым федеральным стандартом ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» / Е.В. Демяхина // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2024. – № 2 (42). – С. 27–34.

7. Кузьмина Т.М. Бухгалтерская (финансовая) отчетность организации в контексте ФСБУ 4/2023 / Т.М. Кузьмина // Бухгалтерский учет и аудит: прошлое, настоящее и будущее : сб. науч. ст. по материалам междунар. науч.-практ. конф. (г. Новосибирск, 28–29 нояб. 2023 г.). – 2024. – С. 85–90.

8. Костева Н.Н. Формирование бухгалтерской информации в соответствии с ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» / Н.Н. Костева, Т.Н. Павлюченко // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2024. – Т. 17, № 1 (80). – С. 237–243.

9. Путырская Я.В. Основные изменения правил составления и представления бухгалтерской (финансовой) отчетности в соответствии с ФСБУ 4/2023 / Я.В. Путырская, Н.Е. Левченко // Вестник Института дружбы народов Кавказа (теория экономики и управления народным хозяйством). Экономические науки. – 2024. – № 2 (70). – С. 61–72.

10. Романова И.В. О содержании и формировании бухгалтерской отчетности в условиях применения ФСБУ 4/2023 / И.В. Романова, Н.А. Бердникова // Экономика и управление. – 2024. – Т. 30, № 7. – С. 861–868.

11. Штиллер М.В. Сравнительная характеристика ФСБУ 4/2023 «Бухгалтерская (финансовая) отчетность» / М.В. Штиллер, А.А. Богатова, А.Н. Карташова // Современные аспекты бухгалтерского учета, анализа и аудита : сб. ст. профессорско-преподавательского состава, студентов и магистрантов (г. Санкт-Петербург, 2024). – С. 116–119.

12. О формах бухгалтерской отчетности организаций : Приказ Минфина России от 02.07.2010 г. № 66н : (ред. от 19.04.2019) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394 (дата обращения 01.10.2024 г.).

Информация об авторах

Копылова Екатерина Константиновна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета и налогообложения, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: kopylovaek@bgu.ru.

Копылова Татьяна Ильинична – кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета и налогообложения, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: kopylovati@bgu.ru.

Authors

Ekaterina K. Kopylova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Accounting and Taxation, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: kopylovaek@bgu.ru.

Tat'yana I. Kopylova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Accounting and Taxation, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: kopylovati@bgu.ru.

ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРУ ГОСТЕПРИИМСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. Говоря о современном мире, мы говорим об эпохе цифровизации, это когда информационные технологии проникают во все сферы нашей жизни, отсюда и гостиничная индустрия сталкивается с необходимостью адаптироваться к новым условиям. Цифровая трансформация в гостиничном бизнесе – это не просто модный тренд, а жизненно важный аспект для выживания и роста в условиях жесткой конкуренции. Она предполагает формирование единого информационного пространства, которое должно обеспечить потребности всех участников туристской деятельности в получении качественной и достоверной информации.

Ключевые слова: цифровизация, гостеприимство, туризм, гости, клиенты, обслуживание номерного фонда.

Ja.A. Kruzhkova

THE INTRODUCTION OF NEW DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF HOSPITALITY IN MODERN CONDITIONS

Abstract. Speaking of the modern world, we are talking about the era of digitalization, when information technology penetrates into all spheres of our lives, hence the hotel industry faces the need to adapt to new conditions. Digital transformation in the hotel business is not just a fashion trend, but a vital aspect for survival and growth in a highly competitive environment. It involves the formation of a unified information space, which should meet the needs of all participants in tourism activities in obtaining high-quality and reliable information.

Keywords: digitalization, hospitality, tourism, guests, customers, room service.

Введение

Тема научной статьи является безусловно актуальной, цифровизация индустрии гостеприимства и туризма позволяет существенно повысить конкурентоспособность субъектов регионального туристского рынка и туристских территорий в целом. Современные технологии предоставляют уникальные возможности для улучшения качества обслуживания, оптимизации внутренних процессов и, что особенно важно, для создания индивидуального и запоминающегося опыта для каждого посетителя. Применение цифровых решений помогает отелям не только повысить удовлетворенность своих клиентов, но и значительно упростить множество операций – начиная от процесса бронирования и регистрации до управления обращениями гостей и обслуживания номеров. Искусственный интеллект, мобильные приложения, системы управления отношениями с клиентами и другие инновационные технологии открывают новые перспективы для гостиничной индустрии, обеспечивая высококачественное обслуживание и укрепляя клиентскую лояльность. В итоге, внедрение таких решений не только повышает конкурентоспособность отелей, но и создает условия для более глубокого

взаимодействия с клиентами, что, в свою очередь, способствует построению долгосрочных отношений и улучшению общего имиджа заведения [1; 2].

Цель и задачи исследования

Целью настоящей статьи является изучение направлений цифровой трансформации как ключевого драйвера перспективного развития индустрии гостеприимства и туризма на основе внедрения и широкого использования цифровых технологий в целях повышения эффективности отрасли. Задачами, выступают:

- изучение использования цифровых технологий в сфере гостеприимства и туризма, а также определение ключевых направлений и возможностей для импортозамещения в этом секторе;
- анализ преимуществ внедрения цифровых технологий для повышения инновационной активности и эффективности в туристической отрасли;
- исследование различных направлений применения и категорий цифровых технологий и услуг в индустрии гостиничного обслуживания и туризма;
- аргументация необходимости создания цифровых экосистем на основе формирования единого информационного пространства, которое объединяет всех участников гостиничной и туристической индустрии.

Методы исследования

При изучении и проведении исследования использовались следующие методы: анализа, сравнения, обобщения материалов, анализ научных работ и публикаций, статистический. Данные методы позволили выявить и рассмотреть инновационные процессы новых цифровой технологий в сферу гостеприимства и туризма.

Полученные результаты

Внедрение новых цифровых технологий в сферу гостеприимства в современных условиях стало необходимостью для обеспечения конкурентоспособности и улучшения качества обслуживания. Например, применение смартфонов вместо ключей в номер гостиницы [3]. Удобство для гостей, ключ не размагнитится, не потеряется. Из минусов: сел мобильный телефон. Для гостиниц преимущество в получении снижении затрат на закупку карточек, а также минимизацию работы по их выдаче и замене.

Системы управления отелями, основанные на облачных технологиях, позволяют оптимизировать процессы бронирования, учета и взаимодействия с клиентами. Так, мы можем говорить о бесконтактной регистрации, которая обеспечивает круглосуточное самостоятельное заселение гостей.

Использование искусственного интеллекта и аналитических инструментов помогает в изучении предпочтений гостей, что дает возможность предлагать персонализированные услуги. Искусственный интеллект упрощает процесс поиска и бронирования отелей, предоставляя рекомендации на основе предпочтений людей, планирующих путешествие. Такие алгоритмы помогают анализировать

довольно большой объем данных, чтобы составить более точный портрет гостя и использовать полученную информацию в маркетинговых целях, для улучшения качества обслуживания и коммуникации с клиентами.

Виртуальная (далее – VR) и дополненная реальность (далее – AR) становятся важными инструментами в гостиничном бизнесе, значительно изменяя опыт проживания гостей. Эти технологии обеспечивают уникальный и персонализированный подход, позволяя гостиницам выделяться на фоне конкурентов [4, с. 2283].

С помощью VR гости могут заранее ознакомиться с номерами и удобствами, совершая виртуальные туры по объекту. Это помогает им сделать осознанный выбор при бронировании, создавая прозрачность и доверие к гостинице. AR-технологии, в свою очередь, могут добавлять интерактивные элементы в реальный опыт. Например, гости могут использовать свои смартфоны для получения дополнительной информации о местных достопримечательностях, ресторанах и мероприятиях, просто наведя камеру на специальный код.

Кроме того, эти инновации позволяют гостиницам оптимизировать процессы обслуживания. С помощью VR можно проводить тренировки для персонала, улучшая уровень сервиса и ускоряя реакцию на запросы гостей. Внедрение таких технологий создает новые возможности для развлечений и обогащает опыт пребывания, делая его более запоминающимся и комфортным. В результате гостиницы становятся не только местом для отдыха, но и пространством, наполненным интерактивными возможностями. Не стоит забывать и о минусах: в условиях реализуемого эффекта от всплеск виртуальной реальности не исключено возникновение технических неполадок, что может негативно сказаться на репутации гостиницы и вызвать недовольство клиентов. В результате важно учитывать все эти аспекты перед внедрением высоких технологий в гостиничное обслуживание.

Выводы

Таким образом, становится очевидным, что в результате, цифровизации в сфере гостеприимства не только трансформируется сам индустрию, но и формирует новые стандарты обслуживания в соответствии с потребностями современного туриста.

Говоря о внедрении новых цифровых технологий в сферу гостеприимства в современных условиях можно также еще рассмотреть вопрос кибербезопасности, защиты личных данных гостей. Необходимо еще и понимать, что технологии не должны заменять человеческое взаимодействие, а служить средством для его улучшения, делая каждый контакт с гостем более эффективным и запоминающимся.

Список использованной литературы

1. Арзамаскин А.Н. Цифровые экосистемы в современном российском обществе: понятие, общая характеристика, правовой аспект регулирования /

А.Н. Арзамаскин // Общетеоретические и исторические проблемы формирования правового государства. – 2022. – № 2 (68). – С. 9–15.

2. Кружкова Я.А. Развитие цифровизации индустрии гостеприимства в Байкальском регионе / Я.А. Кружкова // Забайкальские социологические чтения. Социальные процессы: вызовы и пути решения : материалы 10-й всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / Забайкальский государственный университет ; отв. ред. А.А. Русанова. – Чита : ЗабГУ, 2022. – С. 28–32.

3. Морозов М.А. Импортозамещение и цифровизация в индустрии туризма и гостеприимства в новых реалиях / М.А. Морозова, Н.С. Морозова // Вестник Академии знаний. – 2023. – № 2 (55). – С. 154–160.

4. Хамирзова С.К. Направления цифровой трансформации индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях / С.К. Хамирзова, А.Р. Кумпилова, С.В. Калашникова, Э.А. Хачемизова // Вопросы инновационной экономики. – 2023. – Т. 13, № 4. – С. 2283–2296. – doi: 10.18334/vines.13.4.119939.

Информация об авторе

Кружкова Яна Алексеевна – старший преподаватель кафедры СиСТ ФБКИ Иркутского государственного университета, преподаватель ЧПОУ ИТЭП, соискатель кафедры социальной философии и социологии ИСН Иркутского государственного университета, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: krushkova@yandex.ru.

Author

Jana F. Krushkova – senior lecturer of the Department of Systems of the FBKI Irkutsk State University, teacher of the ITEP Private Educational Institution, candidate of the Department of Social Philosophy and Sociology of the Institute of Economics of Irkutsk State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: krushkova@yandex.ru.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается маркетинговая деятельность компании на рынке транспортно-логистических услуг. Описываются и анализируются основные инструменты маркетинга, которыми пользуются транспортные компании и проблемы, с которыми сталкиваются в своей деятельности. Предложены конкретные решения по совершенствованию веб-сайтов данных компаний в условиях цифровизации. Рассматривается создание личного кабинета для клиента транспортной компании и его функционирование в условиях цифровизации.

Ключевые слова: транспортная компания, цифровизация, маркетинговая деятельность, личный кабинет, веб-сайт.

М.В. Maletskaya

IMPROVEMENT OF MARKETING ACTIVITY OF TRANSPORT AND LOGISTICS COMPANY IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Abstract. The study examines the marketing activities of the company in the market of transportation and logistics services. The main marketing tools used by transport companies and the problems they face in their activities are described and analyzed. The concrete solutions to improve the websites of these companies in the conditions of digitalization are offered. The creation of a personal account for the client of a transport company and its functioning in the conditions of digitalization are considered.

Keywords: transport company, digitalization, marketing activities, personal account, website.

Введение

В настоящее время уделяется большое внимание маркетинговой деятельности транспортных компаний. В целях получения максимальной прибыли стремятся привлечь новых клиентов, уменьшить расходы по эксплуатации транспорта. Поэтому маркетинговая деятельность данных компаний предусматривает изучение рынка транспортно-логистических услуг, его потребности в данных услугах и их продвижение. Потребители транспортно-логистических услуг предъявляют сегодня новые требования и необходимо им показать, что именно у данной транспортной компании следует приобретать эти услуги. Деятельность транспортных компаний должна быть направлена на удовлетворение потребности клиентов в сохранной доставке груза в установленные сроки. В связи с этим, маркетинговая деятельность должна проводиться по максимальному удовлетворению потребностей клиентов по доставке грузов и формированию спроса на услуги по доставке груза.

Полученные результаты

В условиях цифровизации важную роль в совершенствовании маркетинговой деятельности транспортных компаний играет реклама, SEO-маркетинг, контекстная реклама, SMM, таргетированная реклама, email-маркетинг, крауд-маркетинг. SEO-маркетинг позволяет продвигать сайт в интернете за счет наполнения страниц качественным контентом, увеличения в поисковой выдаче количества ссылок на сайт как на авторитетный источник. Однако на индексацию сайта требуется немало времени, поэтому результаты данного метода проявляются не сразу. С помощью поисковых систем, таких как Яндекс.Директ целесообразно получать сервис по контекстной рекламе. Продвигать транспортную компанию возможно в социальных сетях, публикуя интересные посты с использованием тегов для поиска. К примеру, наличие страницы в социальной сети ВКонтакте, на контентной платформе Яндекс.Дзен. Данный инструмент маркетинга наиболее распространен для сегмента B2C. Если транспортная компания оказывает свои услуги с использованием речного транспорта в период навигации или автотранспортом и нужно знать график выхода машин, то для удержания постоянных клиентов следует им сообщать это с помощью почтовых рассылок с использованием email-маркетинга. Таргетированная реклама направлена на показ определенной целевой аудитории, например, мужчинам от 20 до 50 лет, которые проживают в том регионе, в который транспортная компания осуществляет перевозку. С помощью крауд-маркетинга происходит диалог с покупателем транспортно-логистических услуг, поскольку он оставляет отзыв в социальных сетях, поисковых системах или на сайте транспортной компании.

Большое значение в маркетинговой деятельности имеет и наличие веб-сайта транспортной компании. На нем можно размещать направления грузоперевозок, формы для запроса стоимости перевозки, заказ обратного звонка, документы, необходимые для оформления заявки, нормативные документы, сопутствующие услуги, сотрудников компании. Проведенный анализ показал, что не всегда на данном сайте у компании есть кнопка личный кабинет, который использует возможности CRM и сквозной аналитики, генерирует персональные предложения, напоминает о предыдущих запросах. Для клиента транспортной компании появляется возможность просмотра закрывающих документов, подписанных экспедиторских расписок в одном месте, отслеживать статус груза на сайте. Не имея наличие личного кабинета, подписанные экспедиторские расписки приходится запрашивать у нескольких менеджеров по разные направления, а отслеживать статус груза, совершая множество звонков менеджерам. В свою очередь, менеджеры отдела продаж освобождают время от звонков и могут использовать его для встреч с клиентами оффлайн, онлайн, заниматься развитием своего направления.

В целях удобства пользования личным кабинетом следует помнить следующее:

– Должна быть хорошая скорость загрузки. Для транспортной компании важно, чтобы клиент возвращался именно к ее сайту. Поэтому скорость загрузки

должна быть быстрой, на сайте имеются графические изображения, чтобы было понятно, чем данная компания занимается.

– Сайт должен быть удобен в пользовании. Клиент, который зашел на сайт, сразу должен найти кнопку «Оформить заявку». Сегодня на сайтах некоторых транспортных компаний для того, чтобы ее заполнить приходится нажимать несколько кнопок. Это касается и поиска информации по направлениям перевозок груза.

– Целесообразно использовать умеренную цветовую гамму. Следует помнить о том, что, выбирая цветовую гамму должно быть не более трех цветов, которые являются основными цветами данной транспортной компании.

– Требуется единый стиль. Единый шрифт, цвет, размер, форма заявок или горизонтальная, вертикальная, страницу сайта не нужно перегружать картинками.

– Наличие кнопки «вверх». Пользователю удобно делать быстро возврат с конца страницы к началу.

– Наличие поисковой страницы. Клиенту, который зашел на сайт, будет удобно набрать в поисковой строке город, в который он хочет доставить груз и сможет увидеть всю информацию.

– Адаптивная верстка. Предусматривается перестройка с полной версии сайта на мобильную или отдельное приложение организации.

Личный кабинет будет создаваться на основании паспортных данных для физического лица или ИИН для юридического лица. Для этого, следует зарегистрироваться на сайте по этим данным и далее клиент в личном кабинете сможет увидеть историю своих взаимодействий с транспортной компанией. Для клиента станут доступны подписанные экспедиторские расписки по выдаче груза, счета на оплату, закрывающие документы. Они будут загружаться из программы 1С. В личном кабинете можно показывать такую информацию по грузу как его габариты, вес, наименование, перечень дополнительных услуг (обрешетка, экспедирование, страхование и т. д.), которые приобрел клиент, фотографии груза на момент поступления на склад и в момент погрузки в транспортное средство.

Менеджер отдела продаж транспортной компании будет общаться с клиентом через Vitrix24, так как его онлайн-сервис интегрируется с личным кабинетом. Звонки, мессенджеры, почта и другие общения с клиентом происходит через данный сервис. Чтобы клиент не редактировал условия заявки, целесообразно разработать формат онлайн-заявки, в которой активными будут только определенные поля для заполнения. Для согласования заявка будет автоматически поступать менеджеру, а в личном кабинете следует сделать отдельный раздел «Претензии», в котором клиенты в режиме реального времени могут заполнить все необходимые поля и далее претензия поступает менеджеру отдела сервиса и качества на рассмотрение, минуя в данной цепочке менеджера отдела продаж. Информация личного кабинета должна постоянно обновляться

Выводы

Внедрение цифровизации в маркетинговой деятельности транспортных компаний позволит:

- Давать информацию клиенту на каком этапе находится транспортировка груза.
- Ускорять передачу документов по оказанию транспортно– логистических услуг.
- Сократить дезинформацию клиентов.
- Разгрузить от разговоров с клиентами операторов отдела продаж.
- Избежать образование дебиторской задолженности, так как статус оплаты будет виден в личном кабинете.

Список использованной литературы

1. Ван М. Понятие, признаки и особенности использования инновационных видов транспортно-логистических услуг / М. Ван // Известия Петербургского университета путей сообщения. – 2023. – Т. 20, № 3. – С. 568–576.
2. Восколович Н.А. Экономика платных услуг : учебник и практикум / Н.А. Восколович. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 441 с.
3. Коммерческая логистика : учеб. пособие / под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 259 с.
4. Корнеева И.В. Маркетинг : учебник и практикум / И.В. Корнеева, В.Е. Хруцкий. – Москва : Юрайт, 2023. – 436 с.
5. Маймакова Л.В. Влияние цифровых технологий на развитие сектора транспортно-логистических услуг / Л.В. Маймакова, С.Ю. Алексеев // Приднепровский научный вестник. – 2023. – Т. 6, № 1. – С. 20–22.
6. Николаев С.В. Цифровые технологии транспортно-логистических услуг как механизм устойчивого развития региональной и отраслевой экономики / С.В. Николаев, Ю.Н. Власов // Технико-технологические проблемы сервиса. – 2023. – № 4 (66). – С. 58–63.

Информация об авторе

Малецкая Марина Борисовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедры менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: MaletskayaMB@bgu.ru.

Author

Marina B. Maletskaya – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: MaletskayaMB@bgu.ru.

**Д.С. Матусевич,
О.В. Пешкова,
Т.И. Хитрова**

РАЗВИТИЕ СРЕДСТВ И ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация. Рассматриваются перспективные форматы ведения продаж и взаимодействия с потребителями, сложившиеся в России 2024 году, при использовании средств и инструментов цифровой трансформации малого и среднего предпринимательства. Выделяется использование маркетплейсов, как доминирующего канала онлайн-продаж, рассматривается применение мессенджеров для взаимодействия с покупателями, описываются возможности применения текстовых и графических генеративных нейронных сетей для нужд бизнеса.

Ключевые слова: цифровая трансформация, малый бизнес, экономика маркетплейсов, контакт с покупателем, искусственный интеллект для бизнеса.

**D.S. Matusевич,
O.V. Peshkova,
T.I. Khitrova**

EVOLUTION TOOLS AND INSTRUMENTS OF DIGITAL TRANSFORMATION FOR SMALL BUSINESSES

Abstract. The article considers promising formats for conducting sales and interacting with consumers that have developed in Russia in 2024, using the tools and instruments of digital transformation of small and medium-sized businesses. The use of marketplaces as a dominant channel for online sales is highlighted, the use of messengers for interacting with customers is considered, and the possibilities of using text and graphic generative neural networks for business needs are described.

Keywords: digital transformation, small business, marketplace economics, customer contact, artificial intelligence for business.

Введение

Цифровая трансформация – это качественное изменение в моделях функционирования систем, осуществляемое через использование цифровых платформ и приводящее к значительным социально-экономическим эффектам. Отличие понятия «цифровая трансформация» от привычной «автоматизации» заключается в ее проактивной позиции. Организация предпочитает перестроить свои бизнес-процессы под информационные технологии, а не адаптировать информационные системы под собственные нужды.

К 2025 году на сектор малого и среднего предпринимательства (МСП) в России по целевым показателям будет приходиться около 40 % ежегодного ВВП, что показывает на весомость цифровой трансформации малого и среднего бизнеса, его высокий вклад в становление цифровой конкурентоспособной экономики [2].

Цель и задачи исследования

Провести анализ существующих на текущий момент времени средств и инструментов цифровой трансформации малого и среднего предпринимательства. Для этого необходимо проанализировать перспективные форматы ведения продаж и взаимодействия с потребителями.

Методы исследования

Работа основана на методах теоретического анализа и синтеза, сравнения, обобщения, индукции и дедукции. Материалами исследования выступили обзоры рынков, актуальные статистические данные за 2023–24 гг., раскрывающие особенности цифровой трансформации МСП в современных реалиях.

Полученные результаты

Современные процессы трансформации рынка приводят к появлению новых запросов и потребностей покупателей, заказчиков, посетителей, гостей и клиентов к предприятиям сферы малого бизнеса. И под давлением высокой конкуренции на рынке появляются новые концепции ведения и осуществления бизнеса, которые объективно требуют от предпринимателей усовершенствования форм и способов управления производством, торговли и оказания услуг (работ) в соответствии с требованиями развития цифровой экономики.

Прошедшая в мире эпидемия CoVID-19 довела до логического завершения рынок электронной коммерции – появились цифровые платформы, предоставляющие покупателям «бесшовную» возможность от заказа товара или услуги до доставки до двери покупателя. Данная трансформация завершилась появлением крупных маркетплейсов, в РФ такими можно назвать «большую тройку» – Ozon, WildBerries и МегаМаркет. На российских маркетплейсах ведут свою деятельность около 1,2 млн предпринимателей [1].

Для субъектов малого и среднего предпринимательства развитие экономики маркетплейсов дало эффект «глобализации»: возможность реализовывать свои товары и услуги не только в своем регионе, а по всей стране, но и одновременно повышение уровня конкурентной борьбы: возможность работать через электронные площадки позволяет субъектам МСП конкурировать не только друг с другом, но и с крупными компаниями [4].

Привлекательность маркетплейсов для малого и среднего бизнеса объясняется еще и тем, что они предоставляют продавцам уже готовую систему инструментов аналитики и продвижения. У продавцов, использующих инструменты продвижения и рекламы, количество заказов в среднем больше почти в девять раз, а оборот – почти в шесть раз [1]. Там же в [1] указано, что торговля на маркетплейсах становится первым опытом для предпринимательства.

Переход в онлайн-формат трансформировал систему взаимодействия с потребителями – голосовые звонки и SMS-сообщения постепенно уступили место взаимодействию через мессенджеры. Сформировалась собственная «большая тройка» мессенджеров – Telegram (пользователи – 45 % населения

в РФ), Viber (пользователи – 20 % населения в РФ), WhatsApp (пользователи – 78 % населения в РФ).

Преимущество мессенджеров перед традиционными звонками и SMS-сообщениями является передача аудио– и видео-контента, отправка ссылок и QR-кодов на оплату. Наличие уведомлений о прочтении позволяет оценить охват аудитории. В мессенджерах количество открытых сообщений выше – 70–98 %, чем писем электронной почты (28 %) и SMS-сообщений (60 %).

Таким образом мессенджеры к настоящему моменту превратились в канал лидогенерации и продаж.

Наиболее адаптированным под нужды бизнеса является российский мессенджер Telegram, где основным его преимуществом является наличие чат-ботов – чатов, реагирующих на запросы пользователей и генерирующих информацию в соответствии с заложенными алгоритмами.

Наличие чат-ботов позволяет решить следующие бизнес-задачи: вывести иерархический каталог продукции; предоставить ответы на популярные вопросы и запросы клиентов – например, о статусе заказа; использовать «геймификацию» (игровые механики) в работе с клиентами – например, проводить викторины и вовлекать пользователей в общение с брендом.

Одним из ключевых направлений развития IT-сферы в 2024 году является демократизация генеративного искусственного интеллекта (ИИ). На российском рынке уже наблюдается рост использования ИИ в малом бизнесе: по данным 2023 года, 45 % МСП в России применяют искусственный интеллект в своей работе [5].

К настоящему моменту для субъектов МСП искусственный интеллект получил распространение в виде использования нейронных сетей.

Для генерации текстов используются текстовые нейросети, например, ChatGPT или ее российские аналоги GigaChat (экосистема «Сбера»), YandexGPT (от компании «Яндекс»). В целях бизнеса данные нейросети используются для создания текстового контента, например, рекламных описаний характеристик товаров, коммерческих предложений и ответов на них, текстов для публикации в социальных сетях или мессенджерах, анализа содержимого текстов для выявления эмоций потребителей (например, задач выявления негатива или работы с возражениями).

Интеграция текстовых нейросетей с чат-ботам в мессенджерах дает клиентам иллюзию общения с реальным человеком или возможность подключения реального человека к диалогу в случае, если нейросеть не в состоянии решить заданный вопрос.

Создание графических изображений ведется в нейросетях типа Midjourney или ее российских аналогов Kandinsky (экосистема «Сбера»), Yandex Art (от компании «Яндекс»). В данном случае нейросети используются для создания уникальных (с точки зрения авторского права) фотографий товаров, обложек, упаковки и другой графической информации. Для бизнеса интересны опыты при-

влечения нейросетей для создания коротких видео, например, 3D– изображений товаров по фотографии.

Развитие новых цифровых технологий сопровождается развитием существующих цифровых платформ. Например, популярное решение для малого и среднего предпринимательства на базе экосистемы «1С: Предприятие» конфигурация «1С: Управление нашей фирмой» (ранее оно называлось «1С: Управление небольшой фирмой») включает в себя обработки для импорта данных с популярных маркетплейсов Ozon, WildBerries и Яндекс.Маркет. Непосредственно платформа «1С: Предприятие» имеет объект метаданных «Чат-боты» для интеграции работы с чат-ботами [3].

Выводы

Малый бизнес является «лакмусовой бумагой» современных информационных технологий. Небольшие размеры, множество отраслей, многообразие применяемых технологий, быстрота и относительная дешевизна развертывания образуют полигон для тестирования новых идей цифровой трансформации. Полученные результаты используются крупным бизнесом для собственных наработок.

К сожалению, ряд современных средств и инструментов для малого и среднего предпринимательства затруднен в первую очередь по финансовым вопросам и, во вторую очередь, отсутствием достаточной статистики и подходящих задач. Например, это использование методов больших данных (big data) и машинного обучения (machine learning). Применение искусственного интеллекта также требует постоянного контроля.

Список использованной литературы

1. Ершова А. Новый бизнес-класс: как маркетплейсы изменили малое предпринимательство в России / А. Ершова // Известия. – URL: <https://iz.ru/1665837/anastasiia-ershova/novyi-biznes-klass-kak-marketpleisy-izmenili-maloe-predprinimatelstvo-v-rossii> (дата обращения: 21.10.2024).

2. Николаев Ю.Н. Механизм цифровой трансформации субъектов малого и среднего предпринимательства / Ю.Н. Николаев // Прогрессивная экономика. – 2023. – № 1. – С. 41–54.

3. Слесаренко А. Продажи на маркетплейсах в 1С: Рознице и 1С: УНФ / А. Слесаренко. – URL: <https://v8.1c.ru/metod/article/prodazhi-na-marketpleysakh-v-1s-roznitse-i-1s-unf.htm> (дата обращения: 21.10.2024).

4. Три кита цифровой трансформации субъектов МСП: перевод бизнеса в онлайн-формат, финансовая поддержка, обучение цифровым навыкам. – URL: <https://www.garant.ru/article/1467601> (дата обращения: 21.10.2024).

5. Цифровизация малого бизнеса – тренды и возможности в 2024 году / РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/65f00fa99a79471b280fe42c> (дата обращения: 21.10.2024).

Информация об авторах

Матусевич Дмитрий Сергеевич – старший преподаватель, кафедра математических методов и цифровых технологий, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: mds@bgu.ru.

Пешкова Ольга Вячеславовна – старший преподаватель, кафедра математических методов и цифровых технологий, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: PeshkovaOV@bgu.ru.

Хитрова Татьяна Исхаковна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра математических методов и цифровых технологий, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: khitrova_46@mail.ru.

Authors

Dmitrii S. Matusevich – Senior Lecturer, Department of Mathematical Methods and Digital Technologies, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: mds@bgu.ru.

Olga V. Peshkova – Senior Lecturer, Department of World Economics and International Business, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: PeshkovaOV@bgu.ru.

Tatyana I. Khitrova – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Mathematical Methods and Digital Technologies, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: khitrova_46@mail.ru.

**Е.Е. Немцова,
Л.Ф. Константинова**

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ (E-COMMERCE) И РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В РОССИИ

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые элементы электронной коммерции. В начале работы рассматривается эволюция электронной коммерции, от истории развития до современных трендов. Далее следует разбор наиболее популярных видов электронной коммерции. Затем выявлены преимущества и недостатки электронной коммерции. Анализ рынка интернет-магазинов и маркетплейсов в России и поведение потребителей. Далее рассмотрены применяемые технологии и инновации. В завершении статьи рассмотрен прогноз развития электронной коммерции в России.

Ключевые слова: электронная коммерция, интернет-магазины, маркетплейсы, современные тенденции, технологии.

**E.E. Nemtsova,
L.F. Konstantinova**

ELECTRONIC COMMERCE (E-COMMERCE) AND THE DEVELOPMENT OF ONLINE STORES IN RUSSIA

Abstract. The article discusses the key elements of e-commerce. At the beginning of the work, the evolution of e-commerce is considered, from the history of development to modern trends. This is followed by an analysis of the most popular types of e-commerce. Then the advantages and disadvantages of e-commerce are revealed. Analysis of the market of online stores and marketplaces in Russia and consumer behavior. Next, the applied technologies and innovations are considered. At the end of the article, the forecast of the development of e-commerce in Russia is considered.

Keywords: e-commerce, online stores, marketplaces, current trends, technologies.

Введение

Актуальность темы заключается в том, что электронная коммерция, либо e-commerce, стала неотъемлемой составляющей современного бизнеса. Данный термин обозначает реализацию и приобретение товаров и услуг посредством интернета. С развитием технологий и модификацией потребительского поведения e-commerce получила наибольшую значимость равно как для покупателей, так и для фирм. В Российской Федерации маркетплейсы и интернет-магазины развиваются стремительно, предлагая обширный перечень товаров и услуг на онлайн-платформах. Благодаря удобству, доступности и способности сопоставлять цены, покупатели все больше обращаются к онлайн-торговле. Большие Российские фирмы инвестируют в развитие собственных интернет-площадок, а ранее не известные компании появляются на рынке с исключительными концепциями.

Вопросы развития электронной коммерции в России рассматривались ранее в научной литературе. Так, работа Савицкого И.К. посвящена особенностям развития электронной коммерции в России. Исследования Олифиренко А.С. рассматривают информационные технологии в экономике, использование Internet в бизнесе, электронную коммерцию (e-commerce) и виртуальные магазины. Однако, несмотря на значительный объем информации в исследованиях, многие аспекты остаются недостаточно изученными, особенно те, которые относятся к внедрению новейших технологий, ранее неиспользуемых в e-commerce по причине быстро меняющейся рыночной среды.

Цель и задачи исследования

Цель: Разработать рекомендации для дальнейшего эффективного развития электронной коммерции в современных условиях.

Задачи:

- Изучить существующие виды электронной коммерции.
- Определить ключевые факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в современных условиях.
- Проанализировать эффективность интернет-магазинов и маркетплейсов с учетом потребительского поведения.
- Оценить перспективы развития электронной коммерции в России с применением новейших технологий и инноваций.

Методы исследования

В данном исследовании используются теоретические методы: анализ, дедукция, индукция, классификация.

Полученные результаты

Электронная коммерция сформировалась в 1960-х годах в Соединенных Штатах, когда две компании American Airlines и IBM разработали систему для отслеживания и бронирования авиабилетов. К 1980-м годам e-commerce уже охватывает различные сферы экономики США, но значительный рост этой области начинается с повсеместным распространением интернета в бизнес-процессах.

В 1992 году Американский конгресс утвердил допустимость подключения интернет-сетей к электронной коммерции, а спустя год была предписана технологическая основа для ввода электронных денег, что повлекло за собой создание первой в мире электронной платежной системы. Датой официального начала функционирования интернет-торговли считается 11 августа 1994 года.

Компания Amazon, которая стала первой специализированной фирмой в области электронной коммерции, крупнейший маркетплейс в сфере e-commerce, была основана в 1995 году.

В России, по понятным причинам, интернет-коммерция развивалась не так стремительно. Этапы электронной торговли в стране начались в конце 1990-х, когда появились первые онлайн-магазины, предлагающие различные товары и

услуги. С момента своего возникновения электронная коммерция быстро привлекла интерес как со стороны бизнесменов, так и покупателей за счет доступности и удобства. В 2000-х годах интерес к интернет-продажам значительно возрос, особенно с улучшением интернет-инфраструктуры и увеличением числа потребителей.

С 2010 года в российской электронной торговле произошел настоящий скачок, что связано с повсеместным распространением смартфонов и социальных сетей. Такие платформы как Wildberries и Ozon стали лидерами рынка, в то время как новые участники активно вливались в этот сектор. Помимо традиционных товаров, стали популярны услуги по доставке еды и онлайн-сервисы [6].

С началом пандемии Ковид-19 спрос на онлайн-покупки резко увеличился, что ускорило цифровую трансформацию бизнеса. В настоящее время электронная коммерция в России продолжает активно развиваться, внедряя новейшие технологии, в том числе искусственный интеллект.

Подводя итог вышеизложенному, можно отметить, что интернет-магазины в России прошли значительный путь изменений, начиная с первых аналогов западных платформ, таких как eBay и Amazon. Эти площадки обрели популярность среди покупателей благодаря разнообразию доступных товаров, удобным условиям доставки и высокому уровню надежности сделок. Кроме того, множество интернет-магазинов начинают интегрировать элементы маркетплейсов в свой формат, что позволяет им предложить покупателям больший выбор товаров и услуг. Эти динамичные изменения указывают на многообещающее развитие электронной коммерции в России и подчеркивают необходимость и важность внедрения инноваций.

На текущий момент основное внимание уделяется сегментам B2B и B2C, также активно развиваются направления G2C и C2C. Рассмотрим эти 4 вида электронной коммерции подробнее.

Виды электронной коммерции

Виды	Содержание
B2B (Бизнес для бизнеса)	Представляет собой организацию коммерческих отношений между юридическими субъектами экономического сектора. Здесь, при взаимодействии организаций происходит заключение сделок, установление партнерских связей для поставки и приобретения товаров и услуг.
B2C (Бизнес для потребителя)	Включает в себя торговлю товаров и услуг между физическими и юридическими лицами. Онлайн-площадки, такие как маркет-плейсы, магазины, сервисы, банки, соцсети, сайты или мобильные приложения, играют ключевую роль в данной сфере. Клиенты получают преимущество в виде большого ассортимента, удобства заказа и доставки товаров. Электронная коммерция дает возможность сокращения расходов на аренду площадей для хранения товаров предпринимателями [9].

Виды	Содержание
С2С (Потребитель для потребителя)	Физические лица могут проводить сделки напрямую друг с другом. Этот формат электронной коммерции открывает широкие возможности для продажи и покупки товаров без посредников по низким ценам. Популярные интернет-площадки, такие как Авито, Юла обеспечивают удобную платформу для проведения сделок и общения между продавцами и покупателями.
G2C (Правительство для граждан)	В наше время стало привычным для государственных структур предоставлять доступ к информации через онлайн-сервисы, этот вид электронной коммерции позволяет гражданам оплачивать налоги и штрафы, регистрировать проекты и формы коммерческой деятельности, а также получать разрешительные документы. Не следует забывать, что к этой категории также относится информационная поддержка для граждан, поэтому G2C не является исключительно коммерческим направлением [2].

Преимущества электронной коммерции:

1. Уменьшение расходов. Электронная коммерция оптимизирует бизнес-процессы в различных сферах. Например, при открытии интернет-магазина не требуется аренда физического помещения или найм работников для продаж и доставки. Многие операции можно автоматизировать, а для цифровых товаров доставка значительно упрощается. В результате транзакционные затраты становятся ниже, что отражается на ценах товаров и услуг.

2. Сокращение посредников. Электронная торговля позволяет устанавливать прямые связи с производителями, что исключает необходимость в посредниках. Это создает прямой канал между покупателем и продавцом, что влияет как на цену, так и на качество сервиса.

3. Анализ продаж и продвижения с высокой точностью. Инструменты аналитики и коллтрекинга помогают отслеживать результаты и в нужный момент принимать решения о изменении стратегии. Google Analytics и «Яндекс Метрика» собирают ценные данные о пользователях и представляют их в удобном формате, таблицы и диаграммы.

4. Увеличение целевой аудитории. В отличие от физических магазинов, онлайн-платформы доступны 24 часа в сутки, это позволяет покупателям в любое время просматривать предложения и оформлять заказы из дома.

Недостатки электронной коммерции:

1. Зависимость от технологий информационной связи. В различных частях страны отсутствует доступ к высокоскоростному интернету, что сдерживает прогресс онлайн бизнеса.

2. Специфика законодательства и налогообложения. Юридическое регулирование в электронной коммерции практически не осуществляется, в следствии это становится препятствием для заключения сделок.

3. Конфиденциальность данных. Для онлайн торговли в интернете требуется высокая степень защиты личной информации пользователей и участников коммерческой деятельности.

4. Защита собственности. Сохранение авторского права в сети представляет сложности, которые давно беспокоят мир электронной коммерции. Нелегальные пиратские копии программ, утечка мастер-классов, книг и других интеллектуальных продуктов создают неприятности для онлайн бизнеса.

5. Проблемы с хранением и организацией логистики. Эффективность доставки играет ключевую роль: покупатели должны получать свои заказы в сохранности и в установленный срок. Если логистика функционирует неадекватно, курьеры испортят упаковку и опоздают, это приведет к недовольству клиентов и уменьшению продаж.

Сфера электронной коммерции в России находится на стадии активного роста, что вызвано увеличением числа людей, предпочитающих онлайн-шопинг. Анализ рынка показывает, что происходит рост участников, которые расширяют ассортимент товаров и услуг, делая конкуренцию все более острой. Потребительское поведение в России меняется в связи с растущим доверием к онлайн-платформам и востребованностью качественного обслуживания и быстрой доставки.

В 2023 году объем розничной интернет-торговли в России достиг 7,8 трлн рублей, рост составил 44 %. Предполагается, что к 2024 году объем продаж в сфере электронной коммерции вырастет до 10,2 трлн рублей, что означает увеличение на 30 %. Такой стремительный рост рынка интернет-магазинов в России обусловлен изменениями в потребительских привычках и развитием современных технологий [4].

На рынке процветают местные платформы, предлагающие разнообразные товары, включая бытовую технику, косметику, продукты питания и т.д. Конкуренция становится все более жесткой, и компаниям приходится искать новаторские подходы для привлечения клиентов, такие как удобные приложения для смартфонов, индивидуальные рекомендации и эффективные услуги доставки.

Согласно отчету Data Insight за 2023–2024 год, лидерами по объему продаж в России являются: Wildberries – 2 143 700 млн рублей, OZON – 1 566 400 млн рублей; Яндекс Маркет – 370 600 млн рублей.

С развитием интернет-технологий и распространением умных устройств, потребители все чаще выбирают онлайн-шопинг. Расширение ассортимента и улучшение качества услуг становятся возможными благодаря постоянному росту числа онлайн-покупателей. Важной чертой поведения российских потребителей является стремление к экономии, поэтому бренды, предлагающие акции и скидки, могут легко привлечь внимание покупателей, особенно во время распродаж [5].

У потребителей повышается доверие к интернет-магазинам и маркетплейсам, так как они ориентируются на отзывы других покупателей и выбирают популярные платформы с высокими рейтингами. Удобная доставка и возможность возврата товаров также оказывают влияние на решения покупателей. Рост лояль-

ности клиентов стимулируется разнообразием способов оплаты и быстрой доставкой.

В России интернет-магазины, маркетплейсы стараются быть ближе к покупателям, предлагая им новые возможности и усовершенствуя процесс обслуживания в соответствии с требованиями рынка [8].

Одну из важнейших ролей в стремительном формировании электронной коммерции исполняют инновации и технологии. Из числа возможных имеет смысл отметить персонализацию, приобретение с помощью смартфона, объединение виртуального и реальных миров, искусственный интеллект (ИИ), визуализацию товаров и услуг, новые способы оплаты.

Все это помогает фирмам повысить объемы продаж, уменьшить затраты, диверсифицировать предпринимательство и сделать его эластичнее, построить доверительные и продолжительные взаимоотношения с потребителями, увеличить результативность деятельности.

1. Персонализация. Прогрессивные технологии способны изучить поведение потребителя в сети интернет и порекомендовать ему те товары или услуги, в которых он имеет необходимость. Примерами эффективной персонализации являются: рекомендации товаров; персональные скидки и бонусы; индивидуальные предложения на основе истории покупок.

2. Покупка со смартфона. Адаптирование интернет-магазина для мобильных телефонов даст возможность повысить количество потребителей.

3. Объединение виртуального и реальных миров. В настоящее время крупнейшие компании делают упор на геймификацию. Его применение привлекает интерес и поднимает лояльность. К примеру, сеть магазинов косметики «Sephora» предоставляет потребителям возможность сканировать товары в магазине и мгновенно просматривать отзывы и видео-уроки в своем смартфоне [7].

4. Искусственный интеллект. Не только анализ, создание отчетов, но и транслятор речевых скриптов. Системы с ИИ могут адаптировать рекламные кампании, опираясь на поведение потребителей. Так, чат-боты дают возможность стремительно реагировать на требования потребителей, а персонализированная лента товаров способна повысить продажи на 35 %.

5. Визуализация.

– Видео-демонстрации товаров. Определенный интерактив, чтобы потребители смогли «ощутить» товар на расстоянии, увидеть его в действии.

– 360-градусные видео. Компании отмечают, что после всестороннего рассмотрения какого-либо товара, сократилось количество возвратов на маркетплейсах.

– Встроенные видеотзывы. У потребителей есть возможность оставить видеотзыв. Подобные отзывы выглядят наиболее убедительными и вселяют больше доверия, нежели комментарии.

– Живые трансляции. Проведение прямого эфира с специалистом, способствует повышению потока зрителей. Совмещая демонстрацию товара и отзывы профессионала, стимулируются приобретения в реальном времени.

– AR (дополненная реальность) и VR (виртуальная реальность). Современные пользователи оценят возможность «примерять» товары виртуально или видеть, как они будут смотреться в настоящей жизни.

6. Новые способы оплаты.

– Оплата долями. Эта современная версия рассрочки платежа набирает распространение с начала 2023 года. Потребителю понятен и комфортен механизм – оплачивать равными долями по 25 %.

– Бесконтактные платежи. В e-commerce платежи осуществляются посредством автоматически генерируемых QR-кодов, которые не позволяют допустить ошибку в реквизитах при совершении оплаты.

– Криптовалюты. Еще не до конца исследованный и освоенный метод оплаты из-за волатильности рынка криптовалюты.

– Интеллектуальные платежные ассистенты. С прогрессом AI имеют все шансы возникнуть платежные ассистенты, которые автоматически делают выбор наилучшего метода оплаты, принимая во внимание скидки, кэшбэк и прочие преимущества [1].

Эксперты предполагают, что электронная коммерция в России в среднем будет расти ежегодно на 25 % до 2028 года, при условии сохранения текущих темпов развития.

Маркетплейсы, которые стали главными игроками Российской электронной коммерции в перспективе планируют интеграцию с финансово-техническими платформами, внедрение различных рекомендательных сервисов, улучшение логистики и IT-инфраструктуры, что позволит им дальше развиваться и привлекать новых клиентов. Как показывают данные ВЦИОМ изменение демографической ситуации содействует развитию электронной коммерции, постоянный рост онлайн-покупок у молодежи достигает 81 %.

Будущее электронной коммерции в России будет наполнено динамикой и инновациями, благодаря усиленному развитию технологий и улучшению доступа к сети. Основное внимание будет уделено персонализации, автоматизации бизнес-процессов и разработке комплексных платежных решений.

Влияние уже достигнутых успехов и новых технологических тенденций обеспечит яркое и насыщенное будущее для электронной коммерции в России, стимулируя малый и средний бизнес к цифровой трансформации и выходу на новые площадки для торговли. Для достижения успеха в сфере электронной коммерции важно учитывать специфику местного рынка и внедрять передовые технологии, включая искусственный интеллект, дополненную и виртуальную реальность.

В итоге, все вышеперечисленные действия сформируют надежную базу для прогресса электронной коммерции в России, что в свою очередь не только повысит качество обслуживания пользователей, но и укрепит экономическую ситуацию в стране в целом [3].

Выводы

В России электронная коммерция сталкивается с различными трудностями, однако ее будущее выглядит многообещающе. Ожидается, что с ростом числа онлайн-покупателей и развитием технологий, сегмент онлайн-продаж будет продолжать увеличиваться, что приведет к росту доходов. Тем не менее, для успешного развития электронной коммерции необходимо решить вопросы, связанные с доставкой, обеспечением кибербезопасности и качеством обслуживания. Конкуренция между маркетплейсами и интернет-магазинами с течением времени будет только нарастать, что потребует от компаний постоянного улучшения своих услуг и предложений. Перспективы роста в сфере электронной коммерции огромны, но для их достижения необходимо постоянно развивать инфраструктуру и учитывать потребности клиентов.

Список использованной литературы

1. 6 ключевых технологий, которые меняют российский e-commerce // dzen : [сайт]. – URL: https://dzen.ru/a/ZgUJ0uTvzwI_arGu?ysclid=m387k5vehv298322563 (дата обращения: 08.11.2024).
2. 8 коммерция (e-commerce) // unisender : [сайт]. – URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-e-commerce/?ysclid=m36s9s9cer583803197#anchor-1> (дата обращения: 08.11.2024).
3. Будущее e-commerce в России: как маркетплейсы задают правила игры // alfabank : [сайт]. – URL: <https://alfabank.ru/make-money/investments/learn/t/budushchee-e-commerce-v-rossii-kak-marketpleysy-zadayut-pravila-igry> (дата обращения: 08.11.2024).
4. Есть ли перспективы у электронной коммерции в России? Сравнение с мировой статистикой // dzen : [сайт]. – URL: <https://dzen.ru/a/Zu7XHT2apwzlG7YF?ysclid=m387sst92482246050> (дата обращения: 08.11.2024).
5. Интернет-торговля в России в 2024 году: тренды, прогнозы, аналитика // exiterra : [сайт]. – URL: <https://exiterra.ru/blog/dlya-biznesa/internet-torgovlya-v-rossii-v-2024-godu-trendy-prognozy-analitika/?ysclid=m36s90ao2r592748852> (дата обращения: 08.11.2024).
6. История электронной коммерции в России и за рубежом // cyberleninka : [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-elektronnoy-kommertsii-v-rossii-i-za-rubezhom> (дата обращения: 08.11.2024).
7. Какие приемы и инструменты e-commerce будут в тренде в 2024 году // klerk : [сайт]. – URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/590379> (дата обращения: 08.11.2024).
8. Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России 2024 // datainsight : [сайт]. – URL: https://datainsight.ru/eCommerce_2023 (дата обращения: 08.11.2024).
9. Электронная коммерция // calltouch : [сайт]. – URL: <https://www.calltouch.ru/blog/glossary/elektronnaya-kommercziya> (дата обращения: 08.11.2024).

Информация об авторах

Немцова Екатерина Евгеньевна – студент бакалавриата, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: nemczovakatya@gmail.com.

Константинова Лия Файтуловна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: konstantinofalf@yandex.ru.

Authors

Ekaterina E. Nemtsova – Undergraduate student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: nemczovakatya@gmail.com.

Liya F. Konstantinova – Candidate scines in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: konstantinofalf@yandex.ru.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И НОВОВВЕДЕНИЯ

Аннотация. В статье выделены актуальные направления мер государственной поддержки предпринимательства в Российской Федерации в 2024 году. Наиболее детально рассмотрено такое направление как цифровизация, особое внимание уделено двум основным сервисам для малых и средних предпринимателей, а именно центрам «Мой бизнес» и платформе МСП.РФ. Описаны возможности, специальные функции и услуги, предлагаемые каждым из сервисов.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, малый бизнес, меры государственной поддержки, цифровизация, цифровая платформа МСП.РФ, центры «Мой бизнес», льготное кредитование, национальный проект, АПК, туризм.

Е.А. Okomina,
Т.Р. Ivahnenko

STATE SUPPORT FOR ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA: TRENDS AND INNOVATIONS

Abstract. The article highlights the current areas of government support measures for entrepreneurs in the Russian Federation in 2024. The most detailed consideration is given to such an area as digitalization and special attention is paid to two main services for small and medium entrepreneurs, namely the My Business centers and the MSP.RF platform. The capabilities of each, their special functions and services offered by each service are described.

Keywords: small and medium-sized enterprises, small business, government support measures, digitalization, digital platform SME.RF, My Business centers, preferential lending, national project, agro-industrial complex, tourism.

Введение

На сегодняшний день в нашей стране существует множество различных мер государственной поддержки малого и среднего бизнеса, в актуальные направления которых в 2024 году, в связи со сложившейся экономической и политической ситуацией, входят развитие АПК, туризма и IT-сектора, а также всесторонняя цифровизация, заключающаяся в разработке, усовершенствовании и внедрении в массовое использование цифровых платформ и сервисов, таких как «Мой бизнес» и платформа МСП.РФ [1, с. 84]. Именно это направление будет подробнее рассмотрено в данной статье.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – изучить меры государственной поддержки предпринимательства в России в современных условиях хозяйствования.

Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи:

- изучить актуальные направления мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в России;
- рассмотреть мероприятия, разработанные в национальных проектах по улучшению бизнес-среды для МСП в Российской Федерации;
- определить перспективы использования цифровой платформы МСП.РФ.

Методы исследования

Для написания статьи использовались следующие методы исследования: монографический, анализ, синтез.

Полученные результаты

Эксперимент по цифровизации мер государственной поддержки и разработке сервисов для предпринимателей начался еще 1 февраля 2022 года, и продолжается по сей день, не теряя своей актуальности.

Преобладающая часть мер в области государственной поддержки предпринимательства в России в большей степени основана на циклах мероприятий, разработанных в национальном проекте «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Этот проект в большей степени сориентирован на финансовую помощь для малых, средних предприятий, индивидуальных предпринимателей и самозанятых граждан нашей страны.

Главная цель разработанного проекта – всестороннее улучшение бизнес-среды для предприятий в Российской Федерации. Данный проект составляют в совокупности ряд федеральных программ, каждая из которых направлена на определенное направление государственной поддержки. Первая программа содержит в себе мероприятия, проводимые с целью создания оптимальных условий обеспечения деятельности самозанятых граждан. Во второй программе трактуются условия поддержки для организации бизнеса в целом. Третья направлена на ускоренное развитие МСП, и завершающим шагом является разработка цифровой платформы, на которой малые и средние предприятия и самозанятые смогут удаленно получать меры поддержки и специальные услуги.

Главным показателем успешности всех реализуемых в настоящее время проектов будет являться значительный рост численности занятого населения России в малом и среднем бизнесе. Планируется, что к концу 2024 года это значение составит уже 25 миллионов человек.

Таким образом данный национальный проект обеспечивает разнообразные меры поддержки (финансовые, имущественные, образовательные и иные) на любом этапе работы предприятия, начиная с зарождения идеи и заканчивая организацией экспорта.

Например, если предприниматель, собирается начать экспортировать свою продукцию, то на базе центров «Мой бизнес» организованы центры поддержки экспорта, которые оказывают финансовые и нефинансовые услуги. Это позво-

ляет всем заинтересованным лицам получить эксклюзивную возможность и тем самым расширить территорию экспорта. К ним относятся такие виды деятельности, как подготовка выставок и деловых миссий, поддержка получения патентов, анализ экспорта, страхование и оплата взносов за участие на международных выставках.

Также предоставляются ставки по кредиту на льготных условиях и возможность получения микрозайма, кроме этого доступно приобретение оборудования в лизинг, участие в различных программах развития и закупках крупнейших заказчиков и другое.

Таким образом, центры «Мой бизнес» объединяют всю инфраструктуру поддержки МСП на одной площадке и оказывают множество услуг, таких как: предоставление консультаций по вопросам открытия дела и управления им, маркетплейс-инициативам, составлению бизнес-планов, возможность пройти обучение и доступ к «Базе знаний», финансовые, имущественные, маркетинговые, юридические и иные услуги [5].

Теперь рассмотрим цифровую платформу МСП.РФ. Она была сформирована и представлена к внедрению в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство» Федеральной Корпорацией МСП и Министерством экономического развития.

Федеральный проект «Создание Цифровой платформы с механизмом адресного подбора и возможностью дистанционного получения мер поддержки и специальных сервисов субъектами МСП и самозанятыми гражданами» – это проект по развитию интегрированной цифровой среды, которая обеспечит доступ к полной и актуальной информации по всем мерам поддержки малого и среднего бизнеса, а предприниматели в свою очередь смогут получить доступ к этой информации и востребованные услуги удаленно.

Деятельность данного проекта включает в себя: разработку и апробацию как таковой платформы; обязательное создание соответствующего ей мобильного приложения; внедрение и использование сервисов по отдельным направлениям деятельности предприятия, например, таким, как доступ к закупкам, микрофинансирование, управленческая и надзорная деятельность, юридические вопросы, имущественная поддержка, электронная коммерция и другое [3].

Основными из задач платформы являются экономия времени ее пользователей и обеспечение их коммуникации с государством. На сегодняшний день на ней зарегистрировано уже более 120 тысяч пользователей.

В процессе регистрации на портале предприниматель может сразу узнать рассчитанный платформой рейтинг бизнеса, наличие налоговых задолженностей и имеющихся ранее нарушений. Данные для расчета рейтинга предоставляются Федеральной налоговой службой РФ, Банком России и иными официальными источниками. Кроме того, при желании пользователя платформа может осуществить полную диагностику бизнеса по 44 параметрам. Также МСП.РФ после регистрации может на основе полученных данных автоматически предложить

предпринимателю подходящие для него меры государственной поддержки, и при этом указать стоп-факторы, препятствующие их получению, чтобы пользователь видел какие проблемы необходимо устранить [4].

Пользователям, желающим начать бизнес, платформа помогает выбрать лучшую организационно-правовую форму и налоговый режим для своего бизнеса, а также быстро подать заявку удаленно. Стоит отметить, что по статистике это самые популярные сервисы платформы.

Также можно пройти курсы, повысить свои компетенции, проверить их уровень с помощью специальных тестов, получить индивидуальные рекомендации для роста и найти личного наставника в интересующей вас сфере [2, с. 346].

Выводы

Таким образом, цифровая платформа для субъектов МСП позволяет зарегистрировать бизнес, получить необходимое финансирование, интересующую информацию о мерах государственной поддержки и дополнительное образование, пройти диагностику бизнеса, а также взаимодействовать с органами власти. На МСП.РФ уже активны сервисы, в которых можно разместить свои продукты, услуги или поддержку.

Список использованной литературы

1. Ивахненко Т.П. Основные меры государственной поддержки экологического развития и туризма в России / Т. П. Ивахненко, Е.А. Окомина // Научное сопровождение в АПК, лесном хозяйстве и сфере гостеприимства: современные проблемы и тенденции развития : материалы всерос. науч.-практ. конф. 28 февраля 2024 года. – Рязань, 2024. – С. 83–87.

2. Руденко М.А. Инновационные технологии в современной экономике / М.А. Руденко, Е.А. Львова, Е.А. Окомина // Наука молодых: вызовы и перспективы : сб. материалов всерос. с междунар. участием науч.-практ. конф. в рамках мероприятий «Дни науки – 2021 год». – Великий Новгород, 2021. – С. 345–350.

3. Министерство экономического развития Российской Федерации: Цифровая платформа МСП // офиц. сайт. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyu_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoj_iniciativy/cifrovaya_platforma_msp (дата обращения: 20.10.2024).

4. МСП.РФ: Партнерам // офиц. сайт. – URL: <https://msp.rf/partners> (дата обращения: 21.10.2024).

5. Мой бизнес: О нас // офиц. сайт. – URL: <https://мойбизнес.рф/project> (дата обращения: 21.10.2024).

Информация об авторах

Окомина Екатерина Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра цифровой экономики и управления, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Российская Федерация, e-mail: ekaterina.okomina@novsu.ru.

Ивахненко Татьяна Петровна – студент, кафедра цифровой экономики и управления, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Российская Федерация, e-mail: s249540@std.novsu.ru.

Authors

Ekateriva A. Okomina – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Digital Economics and Management, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, the Russian Federation, e-mail: ekaterina.okomina@novsu.ru.

Tatyana P. Ivahnenko – Student, Department of Digital Economics and Management, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, the Russian Federation, e-mail: s249540@std.novsu.ru.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ МАССОВОГО ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА ДЛЯ РАБОТЫ ВАХТОВЫМ МЕТОДОМ

Аннотация. В статье рассматриваются методы подбора персонала на массовые позиции для вахтового метода работы. Основное внимание уделено рекомендациям по оптимизации процесса рекрутинга на примере кадрового агентства «Трудовой компас». Рекомендации направлены на обеспечение компании нужными кадрами при снижении времени на набор сотрудников. Изучаются различные методы привлечения и отбора персонала. Особое внимание уделяется применению цифровых технологий в процессе рекрутинга.

Ключевые слова: рекрутинг, массовый подбор персонала, цифровые технологии.

**I.S. Osipenko,
O.V. Chistyakova**

DIGITALIZATION OF MASS RECRUITMENT PROCESSES FOR SHIFT WORK

Abstract. The article discusses the methods of recruiting staff for mass positions for the shift method of work. The main attention is paid to recommendations on optimizing the recruitment process using the example of the HR agency «Labor Compass». The recommendations are aimed at providing the company with the necessary personnel while reducing the time for recruitment. Various methods of recruitment and selection of personnel are being studied. Special attention is paid to the use of digital technologies in the recruitment process.

Keywords: recruiting, mass recruitment, digital technologies.

Введение

В современных условиях из-за меняющегося рынка труда и нехватки квалифицированных и неквалифицированных кандидатов процесс подбора персонала приобретает все более сложный характер.

По мнению Чистяковой О.В., «проблемы привлечения специалистов особенно остро стоят в восточных регионах России, где реализуется множество инвестиционных проектов» [1].

Особую трудность представляет массовый подбор персонала для работы вахтовым методом. Для закрытия большого количества вакансий требуются значительные затраты времени и большие трудозатраты со стороны работников кадровых агентств.

Система кадрового рекрутинга играет ключевую роль в управлении человеческими ресурсами и функционировании компаний. Кадровые агентства анализируют рынок труда, определяют актуальные требования к персоналу, отслежи-

вают изменения в заработной плате, чтобы оперативно обеспечивать компании необходимым количеством требуемых сотрудников.

Рекрутинг включает в себя различные методы отбора, подбора и найма персонала, которые должны соответствовать современным требованиям и учитывать влияние внешних и внутренних факторов. Эффективные технологии отбора способствуют привлечению талантливых специалистов, что становится залогом будущего успеха компании. Особого внимания заслуживает совершенствование подходов к массовому подбору персонала для работы вахтовым методом, в том числе цифровизация рекрутинга.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – на основе теоретических положений выработать рекомендации по совершенствованию методов подбора персонала для работы вахтовым методом.

Задачи исследования:

- изучить проблемы и особенности современного рекрутинга в России;
- проанализировать особенности деятельности кадрового агентства «Трудовой компас»;
- предложить комплекс актуальных методов массового подбора персонала для работы вахтовым методом.

Методы исследования

В ходе проведения исследования были изучены труды российских ученых, а также использованы следующие методы: метод сбора и обобщения информации, методы анализа и синтеза.

Полученные результаты

Современный рекрутинг нацелен на поиск и найм новых сотрудников для организаций. Процесс начинается с публикации вакансий, далее анализируются полученные резюме, организуется интервью с претендентом на должность и принимается решение о возможности трудоустройства. Далее организуется контроль за работой нового сотрудника со стороны кадрового агентства во время испытательного срока.

Таким образом, рекрутинг сегодня достаточно сложный процесс, требующий адекватных методов и инструментов поиска и отбора кандидатов. Обычно, крупных организациях функции рекрутинга выполняет HR-отдел, небольшие компании часто обращаются к услугам кадровых агентств при необходимости расширения штата.

В настоящее время тенденции в рекрутинге и на рынке труда изменились кардинально. Если ранее кандидаты активно искали работу и конкурировали за привлекательные предложения, то теперь ведущие компании сами борются за высококвалифицированных специалистов, зачастую снижая свои требования к опыту и навыкам.

Кадровый голод стал одной из наиболее актуальных проблем в 2023–2024 годах. Исследование, проведенное платформой SuperJob в конце 2023 года, показало, что 85 % российских компаний испытывают недостаток кадров. За год количество вакансий увеличилось в полтора раза, однако число резюме не возросло. В результате около трети рекрутеров закрывают вакансии за два-три месяца, хотя ранее большинство справлялось с этим менее чем за месяц [2].

По данным Head Hunter, в 2023–2024 годах наибольшим спросом пользовались следующие категории персонала: рабочий персонал в сфере производства и сервисного обслуживания; персонал в области продаж и розничной торговли, а также специалисты в сфере строительства и недвижимости.

В условиях дефицита кадров значительно смягчились требования к кандидатам. Менее значимыми стали пол, возраст, место проживания. Компании стали активнее нанимать женщин, пожилых или молодых сотрудников, фокусируясь на ключевых навыках и качествах, необходимых для выполнения работы. Это позволило расширить воронку подбора и выявить действительно важные критерии отбора.

Изменился и портрет кандидата, и критерии отбора. Компании начали внедрять новые методы оценки персонала. Все чаще для анализа резюме используется искусственный интеллект, проводятся онлайн-тесты и собеседования.

В настоящее время наблюдается тенденция, что компании нанимают молодых специалистов и обучают их внутри организации. При привлечении молодых специалистов активно используются мобильные приложения и интернет-платформы, предоставление информации через видео и презентации, а также прохождение квалификационных онлайн-тестов.

Важную роль играет автоматизация процессов рекрутинга. В настоящее время многие компании к внедрению концепции HR Service, позволяющей HR-специалистам уделять больше времени отбору персонала и созданию комфортных условий работы, автоматизируя рутинные задачи.

Профессиональный рекрутер играет ключевую роль в обеспечении эффективного взаимодействия между работодателем и кандидатом на должность благодаря своим многочисленным компетенциям и знанию рынка труда. Он не только помогает работодателям находить подходящих сотрудников, но и заботится о соблюдении интересов кандидатов, что делает его незаменимым помощником в процессе трудоустройства.

Можно назвать следующие основные причины, почему целесообразно испробовать услуги рекрутера. Рекрутеры заинтересованы в успешном трудоустройстве клиента. Они стремятся к тому, чтобы кандидат идеально подходил под требования работодателя, а также учитывают личные предпочтения и профессиональные цели соискателей. Это позволяет создать гармоничные отношения между сотрудниками и организацией.

Рекрутеры, как правило, обладают широким спектром знаний о рынке труда, тенденциях в области HR и особенностях различных профессий. Они могут

предложить объективную оценку квалификации кандидатов и дать рекомендации по развитию карьеры.

Успешное сотрудничество с рекрутером может перерасти в долговременные деловые отношения, которые будут полезны как работодателю, так и самим кандидатам. Постоянное взаимодействие способствует быстрому реагированию на изменяющиеся потребности и возможности рынка труда.

Эффективность работы рекрутера во многом зависит от честности и достоверности информации, предоставляемой обеими сторонами процесса найма. В условиях высокой конкуренции за квалифицированные кадры, внедрение современных цифровых технологий становится необходимым шагом для развития рекрутинга.

По мнению С.А. Баркова и В.И. Зубкова, «для повышения эффективности процесса отбора персонала можно использовать такой инновационный метод, как компетентностный подход. Его суть заключается в разработке единых требований к кандидату, представленных в виде модели компетенций. Компетенции – это обобщенные и глубокие качества личности, отображающие ее способности наиболее универсально использовать и применять полученные знания, умения и опыт, действовать и принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях» [3].

Рассмотрим особенности вахтового метода работы. Раньше вахтовый метод предполагал работу в сложных климатических условиях, вдалеке от населенных пунктов. В настоящее время ситуация изменилась. Работу вахтовым методом практикуют и компании из крупных городов, таких как Санкт-Петербург, Москва, Московская область, Пенза, Белгород, Нижегородская область, Оренбургская обл., Курская обл., Тамбовская обл. и др.

Массовый подбор персонала для работы вахтовым методом применяется в таких сферах, как агропромышленный комплекс (свинофермы, птицефабрики и мясоперерабатывающие комбинаты), кондитерские фабрики, складские организации, тепличные комплексы, сфера услуг (отели, кафе, турбазы) и др.

Кандидаты отбираются по техническому заданию и пожеланиям заказчика. При массовом подборе персонала чаще всего используют такие способы, как объявления, размещаемые на специализированных платформах, таргетированную рекламу и продвижение вакансий в социальных сетях.

Рассмотрим особенности функционирования кадрового агентства «Трудовой компас». Кадровое агентство «Трудовой компас» специализируется на массовом подборе линейного персонала вахтовым методом в Москве, Московской области и по всей России.

Основной сегмент данной организации – это рабочие, не имеющие специального образования в возрасте от 18 до 65 лет, мужчины и женщины. Вахта интересна тем, что они могут заработать намного больше, чем если бы искали работу в родном городе.

Массовый подбор персонала кадровым агентством «Трудовой компас» может включать следующие этапы. Первоначально определяются критерии подбо-

ра, уровень срочности и численность требуемых сотрудников. Далее осуществляется поиск и оценка кандидатов. Для потенциальных кандидатов проводится презентация компании и ознакомление с вакансиями. С заинтересовавшими заказчика кандидатами проводится собеседование, и осуществляется прием на работу. Рекрутер продолжает работать с оформленным кандидатом в течение всего периода адаптации.

Далее кадровое агентство выставляет заказчику счет. В течение семи дней после выхода кандидата на работу заказчик обязан оплатить выставленный счет и подписать соглашение о периоде гарантийного срока. Если привлеченный работник не устраивает компанию, рекрутер обязан заменить его в течение гарантийного периода.

По мнению В.Б. Добровичинского [4], а также Д.В. Круглова и О.С. Резниковой [5], в современных условиях чрезвычайную важность имеет внедрения цифровых технологий в процессе рекрутмента. в том числе рекрутинг через социальные сети, использование систем отслеживания кандидатов, проведение видео-интервью, использование виртуальных карьерных ярмарок, использование искусственного интеллекта и специализированных платформ.

Социальные сети позволяют охватить широкую потенциальную аудиторию. Системы отслеживания кандидатов (Applicant tracking system, ATS) позволяют выстраивать цифровые процессы отбора кандидатов на вакансии.

Виртуальные карьерные ярмарки и видео-интервью приобрели популярность во время пандемии COVID-19 и сохранили актуальность ввиду возросшей популярности удаленных видов занятости и низких затрат.

Платформы для работы с кандидатами позволяют одновременно автоматизировать все этапы рекрутмента. Они используют искусственный интеллект, оптимизированный процесс отклика и обратную связь в режиме реального времени.

Искусственный интеллект используется при скрининге резюме, оценка соответствия должности, коммуникациях с кандидатом. Это позволяет снизить степень предвзятости к кандидату.

Исследование LinkedIn показало, что использование искусственного интеллекта сокращает временные затраты на 67 %, сокращает денежные расходы на 30 % и повышает вероятность нахождения подходящего кандидата на 31 % [6].

Выводы

Массовый подбор персонала – это спланированный процесс, который состоит из поиска и выбора из множества кандидатов на однотипные вакансии.

Массовый подбор персонала для работы вахтовым методом применяется в таких сферах, как агропромышленный комплекс (свинофермы, птицефабрики и мясоперерабатывающие комбинаты), кондитерские фабрики, складские организации, тепличные комплексы, сфера услуг (отели, кафе, турбазы) и др.

Для проведения массового поиска персонала требуются значительные затраты как человеческих и финансовых ресурсов. Поэтому для более системного и быстрого закрытия вакансий, предприятия сотрудничают с кадровыми агентствами, чтобы обеспечить компанию соответствующим персоналом в необходимом количестве в кратчайшие сроки и при этом существенно сократить расходы и время кампании на поиск новых сотрудников.

Для массового найма персонала целесообразно задействовать следующие каналы: объявления, размещенные на специализированных платформах, таргетированную рекламу и продвижение вакансий в социальных сетях.

Чрезвычайную важность имеет внедрения цифровых технологий в деятельность кадровых агентств, в том числе рекрутинг через социальные сети, использование систем отслеживания кандидатов, проведение видео-интервью, использование виртуальных карьерных ярмарок, использование искусственного интеллекта и специализированных платформ.

Список использованной литературы

1. Чистякова О.В. Современные аспекты кадрового обеспечения компаний для реализации инвестиционных проектов / О.В. Чистякова // Отечественная наука и практика в контексте глобальных перемен: инновационные решения, цифровые подходы, междисциплинарность и приоритетные направления (г. Санкт-Петербург, 13–14 сент. 2024 г.). – Санкт-Петербург : Изд-во СПбЦСА, 2024. – 193 с.
2. Как меняется рекрутинг: 5 трендов этого года. – URL: <https://prostodar.ru/blog/recruiting-5-trends> (дата обращения: 03.10. 2024 года).
3. Актуальные проблемы управления человеческими ресурсами : учебник и практикум для вузов / С. А. Барков и др. ; отв. ред. С.А. Барков, В.И. Зубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 185 с.
4. Добровичинский В. Б. Тенденции применения цифровых технологий в процессе рекрутмента / В.Б. Дробочинский // Актуальные исследования. – 2023. – № 16 (146). – Ч. 2. – С. 49–51.
5. Круглов Д.В. Развитие трудового потенциала в условиях цифровизации / Д.В. Круглов, О.С. Резникова // Креативная экономика. – 2023. – Т. 17, № 11. – С. 3983–3996.
6. Тенденции применения цифровых технологий в процессе рекрутмента. – URL: <https://apni.ru/article/6043-tendentsii-primneneniya-tsifrovikh-tekhnologij> (дата обращения: 03.10.2024 года).

Информация об авторах

Чистякова Ольга Владимировна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: Chistyakovaov@mail.ru.

Осипенко Ирина Сергеевна – магистрант, кафедра маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: irinamamsik@mail.ru.

Authors

Olga V. Chistyakova – D.Sc. in Economics, Associate Professor, Professor, Department of Management and service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: Chistyakovaov@mail.ru.

Irina S. Osipenko – Master's Degree Student, Department of Management and service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: irinamamsik@mail.ru.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

Аннотация. Внедренные цифровые технологии все больше и больше становятся основными элементами и факторами, определяющими конкурентоспособные преимущества предприятий. Цифровые технологии изменяют, трансформируя и улучшая подходы к ведению бизнеса, позволяя улучшить качество обслуживания, оптимизировать и автоматизировать бизнес-процессы, а также повысить эффективность управления. Например, применение онлайн-платформ для создания заказов, систем учета и аналитики данных, позволяют открывать новые возможности для привлечения клиентов и повышения их лояльности. Внедрение новых технологий подчеркивается важностью адаптации к новым условиям для успешного функционирования заведений в индустрии общественного питания в современном мире.

Ключевые слова: индустрия общественного питания, малый и средний бизнес, цифровые технологии, оптимизация процессов, эффективность управления.

А. V. Safronova

ANALYSIS OF THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE FOOD INDUSTRY

Abstract. Implemented digital technologies are increasingly becoming fundamental elements and factors that determine the competitive advantages of enterprises. Digital technologies are changing, transforming, and improving business approaches, allowing for enhanced service quality, optimization and automation of business processes, as well as increased management efficiency. For example, the use of online platforms for order creation, accounting systems, and data analytics opens up new opportunities for attracting customers and boosting their loyalty. The implementation of new technologies highlights the importance of adapting to new conditions for the successful operation of establishments in the food service industry in the modern world.

Keywords: the food service industry, small and medium-sized businesses, digital technologies, process optimization, management efficiency.

Введение

В двадцать первом веке цифровизация стала неотъемлемой частью современного бизнеса, автоматизируя существующие подходы и создавая новые возможности для роста и развития. Особенно это влияние заметно в сфере общественного питания, где заведения сталкиваются с постоянно растущей конкуренцией и меняющимися предпочтениями своих клиентов. В условиях технологического прогресса и цифровизации, члены индустрии вынуждены адаптироваться к новому, постоянно совершенствуясь, внедряя цифровые решения для оптимизации процессов, повышения качества обслуживания и улучшения клиентского сервиса.

Цели и задачи исследования

Цель данной работы заключается в определении оказываемого влияния на бизнес в индустрии общественного питания, цифровизацией и цифровыми технологиями. Для достижения этой цели ставятся следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы влияния цифровизации на заведения индустрии питания. Рассмотреть различные концепции и подходы.
2. Проанализировать опыт успешного внедрения цифровых решений в различных странах.
3. Оценить влияние цифровизации на операционные процессы и потребительские предпочтения в сфере общественного питания.
5. Сделать выводы о роли цифровизации в развитии индустрии питания, а также подобрать рекомендации по эффективному внедрению цифровых технологий для повышения конкурентоспособности.

Методы исследования

Один из методов исследования, который будет применен – это анализ статистических данных, связанных с примерами внедрения цифровых технологий в малый и средний бизнес в сфере общественного питания.

Другим методом станет изучение примеров успешных заведений, которые внедрили цифровые решения (например, использование мобильных приложений для создания заказов или систем автоматизации).

Полученные результаты

Цифровые технологии становятся неотъемлемой частью индустрии общественного питания. Они позволяют заведениям не только улучшать обслуживание клиентов, автоматизировать и оптимизировать внутренние бизнес-процессы, но и позволяют создавать конкурентные преимущества на рынке. Одной из важных, уже внедренных технологий является оформление онлайн-заказов через приложение или сайт. Например, платформы доставки, такие как Uber Eats, Яндекс.Еда и Delivery Club, предоставляют ресторанам, кафе и пр. заведениям общественного питания возможность расширять свою аудиторию и увеличивать объем продаж [1].

Также, сейчас не маловажным из проектов в индустрии питания считается проект, который полностью пересматривает полный процесс производства и приготовления еды – «FoodNet¹». Он объединяет и совершенствует в себе известные способы и процессы приготовления пищи, от разработки совершенно новых продуктов, например, таких, как мясо из альтернативных источников сырья или клеточное мясо, до создания приложений по персональному питанию, от выращивания сельхозпродукции до утилизации упаковки от шоколадного батончика.

¹ Фуднет – «дорожная карта» развития российского сельского хозяйства. Она предполагает, что в сельском хозяйстве начнет массово применяться роботизация, геномика и альтернативные источники энергии.

Потенциальные продукты и технологии

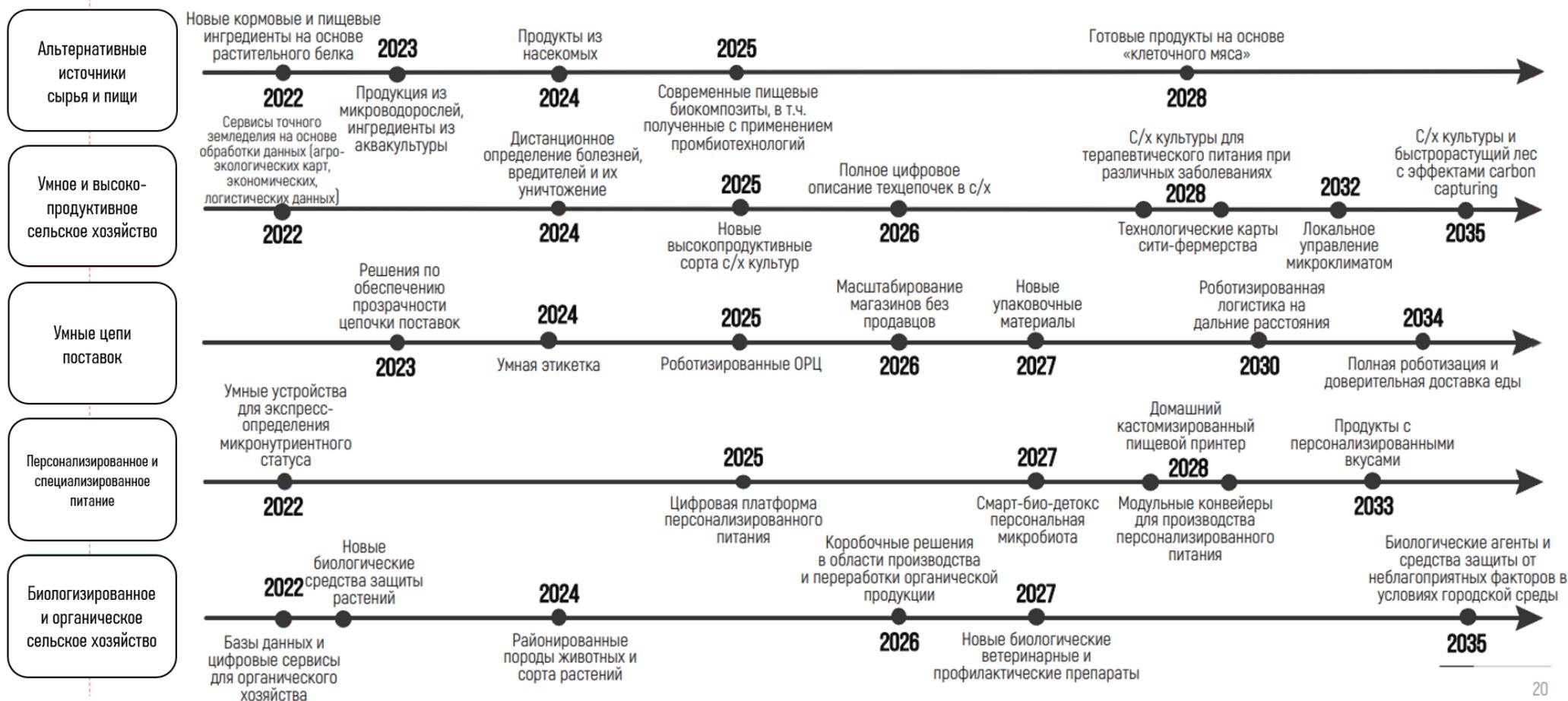


Рис. 1. Дорожная карта FoodNet [8]

Идея FoodNet пришла в Россию около семи лет назад. Сегодня его развитие – это одна из задач, которую планируют решать в рамках Национальной технологической инициативы. В частности, для его развития была создана специальная дорожная карта.

Согласно концепции развития рынок FoodNet поделен на метасегменты: альтернативные источники сырья и пищи, «умное» и высокопродуктивное сельское хозяйство, «умные» цепи поставок, биологизированное и органическое сельское хозяйство, персонализированное и специальное питание. Все сегменты охватывают полный цикл – от производства сырья до обращения с отходами».

Сейчас многие заведения индустрии общественного питания, стараются разрабатывать собственные системы онлайн-заказов, создавая веб-сайты и приложения. Это позволяет им самостоятельно контролировать процесс, снижать затраты и комиссии, которые взимаются сторонними сервисами за пользование. Рестораны также могут разнообразить и украсить своё меню для онлайн-заказов, предлагая специальные предложения и акции.

Цифровизация также помогает с решением проблем управления запасами. Автоматизация системы отслеживания запасов в реальном времени помогают заведениям избежать дефицита или перерасхода закупаемых ингредиентов. Также данные системы позволяют прогнозировать спрос на основе данных о продажах, позволяя автоматически заказывать необходимые продукты, что минимизирует расходы и отходы.

В индустрии общественного питания, цифровизацию можно разделить на 5 групп [6].

Таблица 1

Разделение направлений цифровизации в индустрии общественного питания

Наименование группы	Описание группы
Потребители	В данную группу относятся сервисы для сбора информации и получения обратной связи от клиентов
Финансы	Сервисы для автоматизации продаж, товарно-складского, управленческого и бухгалтерского учета
Поставщики	Сервисы для автоматизации документооборота, контроля за припасами
Сотрудники	Сервисы для стандартизации и оптимизации работы сотрудников, в которых можно отслеживать информацию от отработанных часов, до всей информации о сотруднике
Аналитика и коммуникации	Сервисы обеспечения информацией государственные и муниципальные органы, а также профессиональное сообщество в лице объединений рестораторов и других структур отрасли общественного питания

Т.е. это цифровые технологии, которые направлены, с одной стороны, на повышение качества обслуживания посетителей, а с другой на оптимизацию работы предприятий.

Еще одной из немаловажных технологий, которые внедряются в заведения общественного питания, является системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM¹). Становясь неотъемлемым инструментом для сбора данных о пожеланиях и предпочтениях клиентов (пользователей данной системы), они помогают лучше понимать потребности клиентов и разрабатывать предложения и акции, которые могут поспособствовать росту лояльности.

Рассмотрим чуть подробнее некоторые технологии, которые внедряются в индустрии общественного питания [3].



Рис. 2. Технологии внедряемые в индустрию питания

Внедрение новых технологий позволяют расширить горизонты бизнеса и помогают упростить и автоматизировать бизнес-процессы.

Цифровизация индустрии общественного питания имеет много положительных моментов, но также существуют и некоторые сдерживающие факторы её развития.

¹ Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, Customer Relationship Management) – это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами).

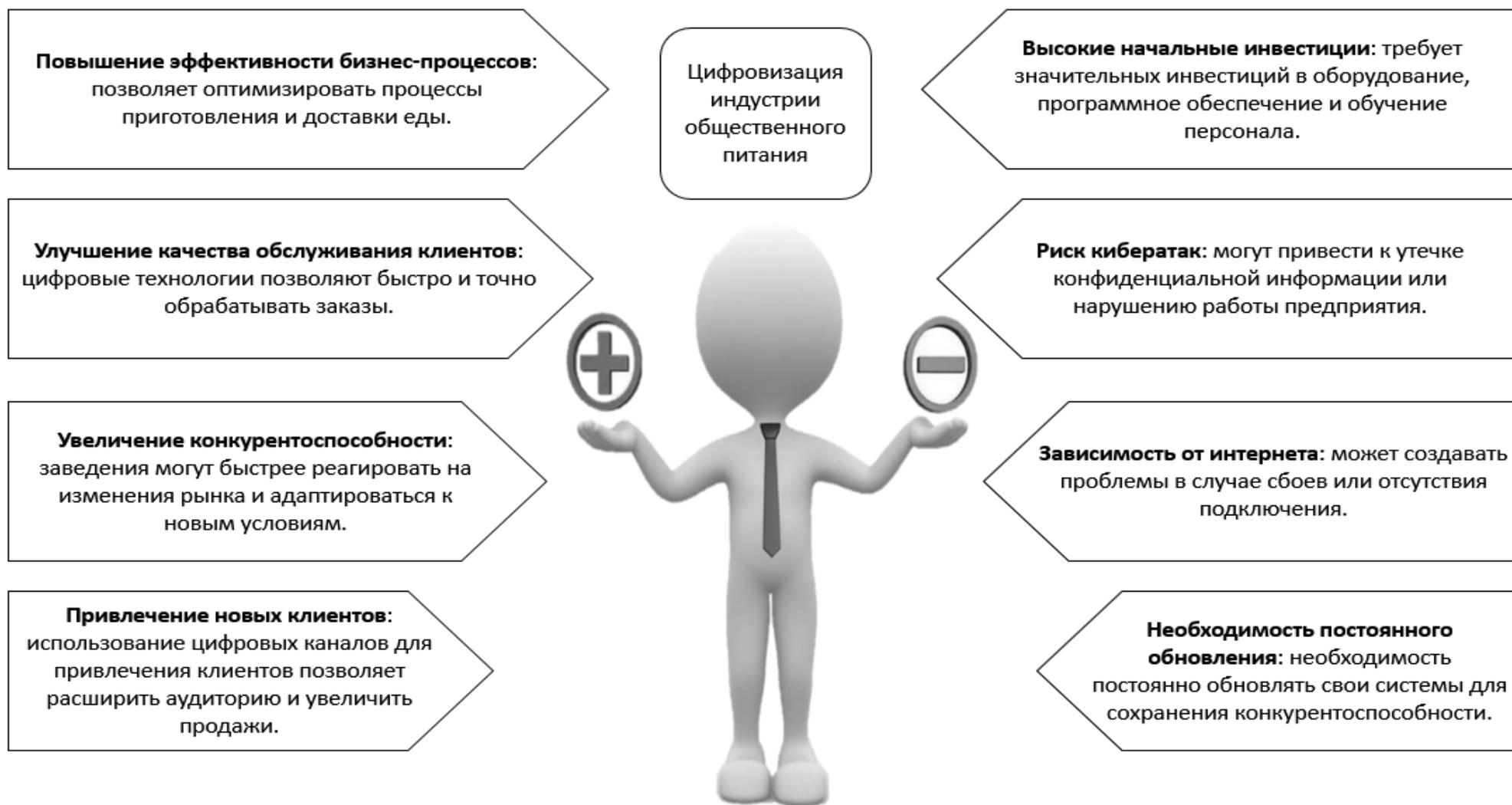


Рис. 3. Цифровизация индустрии питания, ее преимущества и недостатки

В настоящее время заведения индустрии общепита все чаще внедряют цифровые технологии, например, внедрение QR-кодов для просмотра меню, вместо всем известных картонных, онлайн-бронирование столиков через приложение или сайт.

Таблица 2

Сервисы успешно эксплуатирующие цифровые технологии,
которые используют повсеместно

Логотип	Наименование	Описание
	Яндекс.Еда	Сервис доставки еды и напитков из заведений общепита, ресторанов и кафе
	Delivery Club	Также, как и Яндекс.еда, является сервисом по доставке еды по всей России
	UberEATS	UberEATS является сервисом по доставке еды на международном уровне, также имеет контракты с множеством ресторанов и заведением общепита
	Foodpanda	Foodpanda – сервис по доставке еды, от азиатского разработчика. Занимается доставкой пищи и напитков из ресторанов, кафе. Позволяет экономить время для занятий любимым делом

Будущее цифровизации в общественном питании может быть многообещающим, в то же время облегчающим труд поваров и работников заведений общественного питания [7]. Рассмотрим несколько направлений, которые, вероятно, будут развиваться:

1. Автоматизация бизнес-процессов с помощью роботов. Роботы, могут быть использованы для приготовления еды/напитков, обслуживания клиентов (уже частично внедрено в некоторые рестораны страны), а также доставки. Использование роботов может повысить эффективность работы и снизить затраты.

2. Использование искусственного интеллекта. Ai и Ии должны помочь в анализировании пожеланий и предпочтений клиентов, спрогнозировать спрос. А, если смотреть далеко в будущее, то на основе данных из медицинской карты, хранящейся в облаке, состояния здоровья и вкусовых предпочтений сформировать список подходящих блюд.

3. Создание умных кухонь для заведений индустрии питания. Оснащение кухонь умными-устройствами, которые позволят следить за запасами, температурой и других возможных параметров в реальном времени.

4. Использование устройств виртуальной реальности (VR). Устройства должны позволить повысить интерес к интерактивному меню, а также позволит заведения привлечь интерес клиентов, через проведение туров по кухне и других зон заведения.

5. Использование умных систем хранения и холодильников. Системы позволяют следить за сроками годности, температурой, а также дадут возможность в автоматизированном порядке будут заказывать новые ингредиенты, когда они будут заканчиваться.

Внедряя эти нововведения цифровых технологий, могут не только изменить и облегчить сам процесс обслуживания, но и создать новые эффективные бизнес-модели в сфере общественного питания.

Выводы

В условиях технологического прогресса и цифровизации, члены индустрии вынуждены адаптироваться к новому, постоянно совершенствуясь, внедряя цифровые решения для оптимизации процессов, повышения качества обслуживания и улучшения клиентского сервиса. Цифровизация помогает заведениям индустрии питания быстро реагировать на изменения рынка, а также улучшать и оптимизировать своих бизнес-процессов на основе анализа данных, предоставляемыми цифровыми технологиями.

В заключении можно сказать, что внедрение цифровых технологий в индустрию питания необходимо, ведь они становятся важнейшими инструментами для конкуренции, а также позволят увеличить зоны спроса клиентов.

Список использованной литературы

1. Внедрение цифровых технологий в малом и среднем бизнесе: опыт и перспективы // CyberLeninka. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-tsifrovyykh-tekhnologiy-v-malom-i-srednem-biznese-opyt-i-perspektivy> (дата обращения 07.10.2024).

2. Цифровизация в пищевой промышленности: как технологии меняют рынок // VC.ru. – URL: <https://vc.ru/foodtech/258999-tsifrovizatsiya-v-pishchevoy-promyshlennosti-kak-tekhnologii-menyayut-rynok> (дата обращения 07.10.2024).

3. Роль цифровых технологий в развитии малого бизнеса // ЦМохв. – URL: <https://cmokhv.ru/materials/mat20220315> (дата обращения 08.10.2024).

4. Инновации в общественном питании: современные подходы // Госметод. – URL: <https://gosmetod.ru/article/374567> (дата обращения 09.10.2024).

5. Как цифровизация помогает малым предприятиям в пищевой отрасли // ИркутскИнформ. – URL: <https://иркутскиинформ.пф/kak-tsifrovizatsiya-pomogaet-malym-predpriyatiyam-v-pishchevoy-otrasli> (дата обращения 07.10.2024).

6. Образовательные программы для предпринимателей в сфере общественного питания // Педпроект. – URL: <https://педпроект.рф/edu-06-2024-pb-159170> (дата обращения 08.10.2024).

7. Внедрение цифровых инструментов в малый бизнес (просмотр) // CyberLeninka. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-tsifrovykh-instrumentov-v-malyi-biznes/viewer> (дата обращения 11.10.2024).

8. КОНЦЕПЦИЯ Дорожной карты рынка FoodNet 2.0 // FoodNet 2.0. – URL: <https://old.stgau.ru/cft/docs/FoodNet2.0.pdf> (дата обращения 14.10.2024).

Информация об авторе

Сафронова Анастасия Витальевна – магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: kanfeti.29@gmail.com.

Научный руководитель

Скоробогатова Юлия Александровна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

Author

Anastasia V. Safronova – Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and business activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, E-mail: kanfeti.29@gmail.com.

Scientific supervisor

Yulia A. Skorobogatova – Candidate of economic sciences, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and business activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Аннотация. В данной статье изучено влияние цифровизации на эффективность бизнес-процессов; перечислены ключевые навыки, которые должны иметь специалисты при выполнении возложенных на них задач в условиях цифровизации бизнеса; представлены аспекты изменения организационной структуры компаний под воздействием цифровизации; показано влияние цифровизации на конкурентоспособность компаний на мировом рынке; отражены меры компаний, предпринимаемые в рамках цифровизации.

Ключевые слова: цифровизация, бизнес-процессы, информационные технологии, конкурентоспособность, цифровые технологии, эффективность.

Е.А. Taran

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE EFFICIENCY OF BUSINESS PROCESSES

Abstract. This article examines the impact of digitalization on the efficiency of business processes; lists the key skills that specialists must have when performing tasks assigned to them in the context of business digitalization; presents aspects of changing the organizational structure of companies under the impact of digitalization; shows the impact of digitalization on the competitiveness of companies in the global market; reflects the measures taken by companies within the framework of digitalization.

Keywords: digitalization, business processes, information technology, competitiveness, digital technologies, efficiency.

Введение

В настоящее время без цифровых технологий невозможно представить ни одну сферу общества. Внедрение цифровых технологий во внутренние процессы любого предприятия обеспечивают стабильность, непрерывность и ускорение совершения каких-либо операций в профессиональной деятельности.

По мере развития и использования инноваций каждый бизнес-процесс претерпевает изменения. Цифровизация бизнес-процессов – процесс адаптации последних к новым цифровым инструментам.

Цифровизация дает возможность предприятиям повысить свою гибкость, приспособляемость к новым условиям в экономике и на рынке, помогает улучшить качество обслуживания и открывает новые возможности перед предприятиями [4].

Цель и задачи исследования

Целью данного исследования является анализ эффективной перестройки бизнес-процессов в организациях на фоне стремительного развития цифровых технологий.

Задачи данного исследования:

- изучить влияние цифровизации на эффективность бизнес-процессов;
- исследовать изменения в организационной структуре компаний под воздействием цифровых технологий;
- изучить изменения в требованиях к навыкам сотрудников в условиях цифровизации бизнес-процессов;
- исследовать влияние цифровизации на конкурентоспособность компаний на мировом рынке.

Методы исследования

Под цифровой трансформацией подразумевают глубокие и всесторонние изменения в производственных и социальных процессах, связанные с заменой аналоговых технических систем цифровыми и широкомасштабным применением цифровых технологий [5].

Цифровизация – процесс организации выполнения в цифровой среде функций и деятельности (бизнес-процессов), ранее выполнявшихся людьми и организациями без использования цифровых продуктов; трансформация компаний с использованием IT-технологий, то есть использование различных приложений, программ, платформ.

Что именно предпринимают компании в рамках цифровизации представлено на рис. 1.



Рис. 1. Бизнес в рамках цифровизации

Далее рассмотрим какое влияние оказывает цифровизация на эффективность бизнес-процессов компаний:

1) цифровые технологии позволяют автоматизировать «ручную работу», то есть освобождают сотрудников от выполнения ими посредственных задач, тем самым снижая вероятность ошибок (человеческий фактор), ускоряя процесс выполнения рутинных обязанностей и позволяя руководителю перераспределить поручения (выполнение простых задач с помощью цифровых технологий и сложных задач с помощью опытных специалистов);

2) цифровые технологии позволяют быстро и эффективно передать информацию, то есть облегчают процесс взаимодействия как внутри компании, так и с деловыми партнерами;

3) цифровые технологии позволяют работать с большим объемом информации, то есть дают возможность собирать, обрабатывать и анализировать большие объемы данных, что благоприятно сказывается на принятии управленческих решений и прогнозировании [2];

4) цифровые технологии позволяют быстро приспособиться к изменениям в рыночной среде, тем самым помогая компаниям «держаться на плаву» в условиях конкуренции;

5) цифровые технологии позволяют лучше понимать потребности клиентов и предлагать более выгодные условия, тем самым обеспечивая компаниям клиентоориентированность.

Таким образом, цифровизация выступает мощным инструментом для повышения эффективности и конкурентоспособности бизнеса.

Приведем несколько ключевых аспектов изменения организационной структуры компаний по воздействию цифровизации:

1) переход от иерархических структур к более плоским сетевым моделям;

2) возможность работать не только в офисах, но и из любого места, то есть удаленно;

3) создание новых ролей (должностей), например, специалисты по анализу данных и руководители по данным (Chief Data Officers);

4) создание кросс-функциональных команд, которые состоят из специалистов разных направлений, чтобы как можно быстро реагировать на изменения и разрабатывать инновации;

5) активное внедрение искусственного интеллекта.

Эти изменения требуют от компаний пересмотра своих подходов к управлению и развитию персонала, а также внедрения новых технологий для поддержки таких структурных изменений.

Цифровизация также значительно подвергла изменениям требования к навыкам сотрудников [3]. В условиях быстрого развития технологий и внедрения цифровых инструментов работодатели все чаще ищут специалистов, которые обладают следующими ключевыми навыками:

1) цифровая грамотность (базовые навыки работы с компьютером, понимание работы программного обеспечения, ведение социальных сетей);

- 2) способность аналитического мышления (умение собирать, анализировать, интерпретировать большие объемы данных);
- 3) способность адаптироваться и обучаться;
- 4) креативность и коммуникация;
- 5) понимание основных принципов защиты информации.

Эти навыки помогают сотрудникам более эффективно выполнять свои задачи в условиях цифровой экономики и способствуют успеху компаний в конкурентной среде.

Нельзя не упомянуть про то, какое значительное влияние оказывает цифровизация на конкурентоспособность компаний на мировом рынке. Цифровые технологии позволяют автоматизировать многие бизнес-процессы, что способствует повышению эффективности и снижению издержек. Это дает компаниям возможность предлагать более конкурентоспособные цены или увеличивать прибыль. Быстро разрабатывать и выводить на рынок новые продукты и услуги также заслуга цифровизации.

Компании, которые эффективно используют большие данные и аналитические инструменты, могут лучше понимать потребности своих клиентов, предсказывать рыночные тенденции и адаптировать свои стратегии в реальном времени. Ко всему прочему, цифровизация стирает географические барьеры, предоставляя компаниям возможность выходить на международные рынки с меньшими затратами и рисками.

Полученные результаты

Резюмируя, можно сказать, что цифровизация представляет широкий спектр возможностей для компаний, к числу которых относятся:

- увеличение скорости процессов;
- повышение точности и качества данных;
- снижение затрат;
- улучшение взаимодействия и коммуникации;
- гибкость и адаптивность;
- повышение конкурентоспособности.

В целом, цифровизация способствует более эффективному управлению ресурсами и улучшению производительности, что является значительным преимуществом в современных условиях быстро меняющегося бизнеса.

Выводы

Внедрение инновационных технологий обеспечит максимально точное отслеживание состояния рынка и секторов экономики. Использование таких информационных и инновационных технологий позволяет компаниям учитывать потребности потребителей, что, в свою очередь, влияет на конкурентоспособность этих компаний.

Цифровизация позволяет не только наладить отношения с клиентом, но и улучшить условия труда для сотрудников, что сказывается на эффективности деятельности компаний.

Также стоит отметить, что внедрение таких технологий – это рискованное дело, требующее тщательного планирования, анализа и подготовки, так как в действительности организации могут столкнуться с большими издержками, нехваткой временных и опытных человеческих ресурсов [1].

Таким образом, компании должны формировать адаптивные бизнес-модели, способные подстраиваться под какие-либо изменения.

Список использованной литературы

1. Мельничук Ю.Н. Цифровизация бизнес-процессов / Ю.Н. Мельничук // Молодой ученый. – 2023. – № 23 (470). – С. 263–264.
2. Гайворонская С.А. Цифровизация бизнес-процессов малого и среднего предпринимательства в России / С.А. Гайворонская, А.Р. Щеглова // Молодой ученый. – 2023. – № 23 (470). – С. 235–236.
3. Вахабова М.Х. Цифровая трансформация бизнес-процессов / М.Х. Вахабова, Л.Р. Эльбиева, Л.Х. Вахабова // Журнал прикладных исследований. – 2022. – № 3. – С. 553–558.
4. Архипов К.Ю. Цифровизация бизнес-процессов / К.Ю. Архипов, Д.С. Крышкова // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). – 2021. – № 3 (84). – С. 4–5.
5. Приказ Минкомсвязи России от 01.08.2018 № 428 «Об утверждении Разъяснений (методических рекомендаций) по разработке региональных проектов в рамках федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru>.

Информация об авторе

Таран Екатерина Алексеевна – преподаватель, кафедра бухгалтерского учета и информационных технологий, Российский университет кооперации, Краснодарский кооперативный институт (филиал), г. Краснодар, Российская Федерация, e-mail: taran.ea0499@gmail.com.

Author

Ekaterina A. Taran – teacher, Department of Accounting and Information Technology, Russian University of Cooperation, Krasnodar Cooperative Institute (branch), Krasnodar, the Russian Federation, e-mail: taran.ea0499@gmail.com.

ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Аннотация. Появление и развитие электронной коммерции тесно связано с развитием веб-сети и участием в ней простых людей. Кроме того, огромное влияние на данный процесс оказывает глобализация мировой экономики, межстрановое разделение труда и индивидуализация потребления. В статье показаны тренды развития интернет-торговли с точки зрения наиболее существенных логистических, финансовых и информационно-коммуникационных решений, а также описаны ключевые моменты, определяющие вектор дальнейшего развития рынка e-commerce, такие как: облачные вычисления и криптовалюты, а также область, граничащая с электронной торговлей – Интернет вещей.

Ключевые слова: интернет-торговля, электронная коммерция, облачные вычисления, криптовалюты, Интернет вещей, сети передачи данных, информационное общество.

К.А. Tatarinov

TECHNICAL ASPECTS OF E-COMMERCE DEVELOPMENT

Abstract. The emergence and development of e-commerce is closely linked to the development of the web and the participation of ordinary people in it. In addition, the globalization of the world economy, the cross-country division of labor and the individualization of consumption have a huge impact on this process. The article shows the trends in the development of online commerce in terms of the most significant logistical, financial and information and communication solutions, as well as describes the key points determining the vector of further development of the e-commerce market, such as cloud computing and cryptocurrencies, as well as the area bordering on e-commerce – the Internet of Things.

Keywords: Internet commerce, e-commerce, cloud computing, cryptocurrencies, Internet of Things, data networks, information society.

Введение

Быстро развивающаяся область электронной коммерции по-прежнему привлекает инвесторов, и в ней можно найти области с большим инвестиционным потенциалом [2]. Развитие информационного общества предопределило прогресс в виртуальной торговле, так как большое количество людей стало заниматься цифровой обработкой, хранением и передачей информации. Онлайн-торговля – это явная предпринимательская деятельность или деятельностью экономического характера [5]. Она включает в себя как продукты, которые продаются и оплачиваются через сеть передачи данных, но доставляются в материальной форме. Предполагается, что все действия по осуществлению деловых транзакций полностью или в наибольшей степени поддерживаются ИКТ и полностью автоматизированы.

Цель и задачи исследования

Цель статьи – показать влияние новейших технических решений на развитие электронной коммерции.

Методы исследования

В ходе исследования использовались научные статьи российских и зарубежных авторов по вопросам развития электронной коммерции, криптовалют, облачных вычислений и Интернета вещей. Применялся монографический метод исследования.

Полученные результаты

Электронная коммерция – это часть хозяйственной деятельности, заключающаяся в совершении сделок купли–продажи продукции через специализированные для этой цели торговые предприятия [2]. Определение электронной коммерции не должно ограничиваться только транзакциями и должно включать в себя другие виды деятельности (обмен информацией, маркетинг и послепродажное обслуживание).

Ученые выделяют несколько типов электронной коммерции [3]:

- B2B – обмен продуктами, услугами или информацией после-между компаниями;
- B2C – в этой модели продавцом является компания, а покупателем-физическое лицо;
- B2G – электронная коммерция между компаниями и государственным сектором (госзакупки);
- B2a – модель интернет-торговли с государственными администрациями;
- C2B – потребители сообщают о своем спросе на продукт, а компании могут принять предложение и отклонить его;
- C2C – физические лица продают продукты другим физическим лицам, хотя оператором является компания;
- C2A – сторонами транзакции являются потребители и госуправление;
- G2C – оптимизация потока административной информации гражданам с помощью технологий электронной коммерции;
- C2G – с одной стороны транзакций находится потребитель, а с другой – правительство (уплата налогов).

Сегодня электронная коммерция тесно связана с интернетом, однако ее начало связано с телефоном, факсом и модемом. Первые методы обмена коммерческими документами были основаны на механизмах электронного обмена данными (счета-фактуры, формы заказов, транспортные накладные). Первым решением в рамках электронной коммерции была Minitel – французская информационная система, использующая технологию «Видеотекс» (1982–2012 гг.) [6]. Подключенные к телефонным линиям буквенно-цифровые терминалы характеризовались огромной простотой использования для бронирования и продажи билетов на поезд, а также обмена сообщениями между людьми на сайтах знакомств. Очень

быстро цифровые предприниматели начали использовать Минитель для продажи продукции. Поворотным моментом во всем мире стало создание веб-сервисов на базе персонального компьютера, что не требовало никаких технических навыков, но нужны были меры безопасности для транзакций, совершаемых в сети. Чрезвычайно важными моментами, предшествующими становлению электронной коммерции, являются появление протокола HTTP, а также первой графической поисковой системы NEXUS. В период с 1994 год начали появляться первые компании, предлагающие услуги электронных платежей (First Virtual, CyberCash, Electronic Funds Transfer) [6].

Влияние развития онлайн-платежей (межбанковские переводы, депозиты, переводы с использованием платежных карт) на электронную коммерцию лучше всего подтверждается историей роста компании eBay, насчитывающей сегодня 155 миллионов активных покупателей по всему миру. Наиболее популярным средством онлайн-платежа оказался сервис PayPal, созданный в 1999 году и купленным в 2002 году компанией eBay. Этот факт привел к виртуализации многие финансовые услуги.

Таким образом, ключевую роль в развитии электронной коммерции сыграли технологические достижения подключения к сетям передачи данных (ISDN, ADSL и DOCSIS). Падение цен на волоконно-оптические кабели и их выдающиеся технические характеристики (гигабитная пропускная способность, передача сигнала со скоростью света в вакууме и малое его затухание, апатичность к электромагнитным помехам) заставило операторов связи отказаться от медных проводов. Кроме того, динамично развивающиеся беспроводные радиотехнические технологии, предложили высокие скорости передачи данных – от 114 Кбит/с (GPRS) до 299,6 Мбит/с для загрузки и 75,4 Мбит/с для загрузки (LTE), что привело к увеличению числа потенциальных покупателей, с точки зрения электронной коммерции. Ведь при создании огромного по размерам портала для электронной коммерции (сайты маркетплейсов) передача данных и скорость открытия страниц являются главнейшими шансами на осуществление покупки. Это результирующее действие зависит не только от качества канала доступа, но и от производительности сервера данного портала. Ведь одной из причин так называемого отказ от корзины – это длительное время запуска веб-сайта [6].

Наиболее широко используемой сегодня и первой одновременно криптовалютой в электронной коммерции является bitcoin (BTC) – платежный инструмент, существующий только в форме цифровой записи, защищенный криптографическими алгоритмами. В априори он подлежит административному регулированию, независим от центральных банков стран, а его стоимость определяется исключительно спросом и предложением. Выпуск криптовалюты, проверка транзакций и создание «бухгалтерских книг» произошел в 2009 году «Сатоши Накамото» (прозвище создателя). Торговое значение BTC приобрел в 2011 году, а в конце марта 2016 года рыночная капитализация достигла 6,5 миллиардов долларов. Каждый владелец криптокошелька идентифицируется цифровой подписью с использованием асимметричной криптографии (два разных ключа: закрытый и

общедоступный). Цифровой кошелек не является платежным средством, так как представляет собой цифровую запись, зарегистрированную в blockchain (публичный платежный реестр). Он может быть установлен и настроен на персональном компьютере, планшете и смартфоне, а также может храниться на сервере у поставщика услуг хостинга. Привлекательность криптовалют для интернет-торговли обусловлена следующими факторами:

- низкие транзакционные издержки (в пределах 0,01 %) при международных платежах в сравнение с банковскими переводами (около 10 %);
- невозвратность платежей, что нивелирует риски мелких продавцов со стороны недобросовестных покупателей;
- анонимность покупок, которая с одной стороны абсолютно законна, а с другой может использоваться для продажи запрещенных товаров и уклонения от налогов;
- криптовалюты невосприимчивы к инфляции, плохо контролируются национальными банками и не поддаются политическому давлению.

К недостаткам криптовалют можно отнести:

- огромная волатильность (изменение спроса на криптовалюты существенно влияет на их текущую стоимость) сильно зависит от «откровений» СМИ;
- дефляционная спираль за инвестиционных спекуляций (ожидания галопирующего роста) и активность хакеров;
- распространение биржевой игры криптовалютами;
- большой риск хранения значительного количества криптовалют в долгосрочной перспективе.

Однако, нестабильная стоимость криптовалют не является сдерживающим фактором для пользователей, заинтересованных в текущих платежах и хранящих небольшие суммы в своих криптопортфелях. Криптовалюты являются удобной заменой таким формам оплаты как PayPal, онлайн-операции с картами и оплата наличными курьеру или в пункте выдачи заказа. Банки видят в криптовалютах угрозу доходам от обработки переводов и конвертации валют, а покупатели и продавцы возможность стимулирования товарооборота [4].

Облачные вычисления – это модель обработки данных на основе удаленных вычислительных ресурсов. Основными характеристиками этой модели обработки данных являются: самообслуживание, доступность через сеть и с различных типов устройств, совместное использование ресурсов несколькими арендаторами, быстрое изменение количества выделяемых ресурсов и их мониторинг. Общедоступные службы DBaaS предоставляют такие цифровые гиганты, как Amazon, Microsoft и Google. Большинство электронных магазинов, построены на многослойной архитектуре (представление контента покупателю, поддержка операций, поддержка базы данных инвентаризации, запись хода выполнения заказов и т.д.). Если интернет-магазин разрастается, то нужно увеличивать вычислительную мощность машин. Предприниматель сталкивается с барьером роста стоимости оборудования, а затем с барьером физических ограничений доступного оборудования. Поэтому облачные вычисления позволяет создавать технически

инновационные решения с минимизацией нагрузки на собственные аппаратные ресурсы, а для малых фирм электронной коммерции наиболее удобными и иногда единственно возможными являются решения, основанные на общедоступных услугах типа SaaS.

Глобализация мировой торговли побуждает к использованию однородных решений для маркировки продукции. Интернет вещей (Internet of Things – IoT) означает сеть устройств, оснащенных сенсорами и активаторами, а также программным обеспечением для связи через Интернет. К Интернету вещей относятся также решения в виде штрих-кодов или QR-кодов (Quick Response) [1]. Любой человек, установивший на своем устройстве приложение для совершения покупок, может сфотографировать QR-код рекламируемого товара и заказать его доставку на дом. Однако, умные вещи «живут не долго» по сравнению с классическими, не оснащенными электроникой IoT по причине быстрого старения электронных решений. Одним из первых применений IoT является мониторинг товаров в цепочке поставок (обнаружение перегрузок, аномалий и избыточного использования) Электроника IoT хранит всю информацию о производстве, распределении и эксплуатации [там же]. Это повышает доверие пользователя к продуктам, когда он легко идентифицирует поддержку производителя. Для многих товаров решение IoT может поддерживать логистику доставки и возврата некачественных товаров. Интересным примером использования IoT в электронной коммерции является сервис Amazon Dash реализована в 2015 году. Нажатие кнопки, оснащенной интерфейсом WiFi, вызывает заказ и доставку определенного товара в predetermined количестве. Клиент получает SMS, подтверждающее заказ, после чего может отменить его в течение получаса. Однако, перспектива повсеместной установки решений IoT вызывает озабоченность по поводу свободы потребителя.

Выводы

История развития электронной коммерции началась уже более 20 лет назад, однако только в 2010-х годах в развитых странах мира любой товар стал доступен в сети. Стагнация в интернет-торговле пока не наблюдается и причинами этого являются эффективность доставки или получения товара, а также простота покупки и ее доступность для широких масс населения. Интенсивное развитие логистическо-транспортной инфраструктуры для онлайн-заказов привело к значительному снижению затрат на доставку. Будущее предприятий электронной коммерции предсказать уже сложно, так как прибыльность любого интернет-магазина сегодня и в прошлые годы уже не является гарантом его дальнейшего процветания. Из-за ужесточения конкуренции интернет-магазины должны искать способы снижения собственных затрат, а также способы быть заметными как можно большему количеству потенциальных и лояльных клиентов. Конкурентное преимущество для компаний электронной коммерции – это инновационные технологии, которые напрямую влияют на рост товарооборота. Становятся важными в данном бизнесе и гуманистические аспекты, такие как эргономика

покупок и выявление и создание новых потребностей, а также повышение покупательской удовлетворенности. Навязчивая реклама, маркетинговый спам, слишком запутанный путь к покупкам – причина разочарования и раздражения клиентов. Классические метрики интернет-торговли (частота посещения веб-страниц, время нахождения на сайте и количество товаров в корзине) уже не указывают на то, что пользователи довольные этим порталом. Необходимо смотреть глубже, а именно в психологический комфорт клиента в момент онлайн-покупок.

Список использованной литературы

1. Аветисян Т.В. Анализ характеристик системы интернета вещей / Т.В. Аветисян, Д.В. Меняйлов, А.П. Преображенский // Вестник Воронежского института высоких технологий. – 2022. – № 4 (43). – С. 55–57.

2. Вострикова Е.О. Перспективы развития электронной коммерции в России в условиях цифровизации экономики / Е.О. Вострикова, А.П. Мешкова // Новые технологии. – 2021. – Т. 17, № 3. – С. 86–94.

3. Климова Е.З. Тенденции развития бизнес-моделей организаций рынка электронной коммерции / Е.З. Климова, И.А. Павлова, А.В. Новиков, Е.А. Дубик // Естественно-гуманитарные исследования. – 2022. – № 40 (2). – С. 129–134.

4. Корчагина К.О. Криптовалюта в России. Влияние криптовалют на экономику РФ / К.О. Корчагина // Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. – 2022. – № 1 (45). – С. 63–66.

5. Салихова Р.Р. Роль электронной коммерции в современной экономике / Р.Р. Салихова, С.А. Семенова, А.Л. Ахметова // Тенденции развития науки и образования. – 2024. – № 105-5. – С. 104–106.

6. Konopielko Ł. Handel elektroniczny – ewolucja i perspektywy / Łukasz Konopielko, Michał Wołoszyn, Jacek Wytrębawicz. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Uczelni Łazarskiego. – 2016. – 158 s.

Информация об авторе

Татаринов Константин Анатольевич – кандидат экономических наук, доцент, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: tatarinov723@gmail.ru.

Author

Konstantin A. Tatarinov – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: tatarinov723@gmail.ru.

ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В тексте рассматриваются ключевые этапы планирования рекламной деятельности. На первом этапе формулируются цели и задачи рекламной кампании. Далее следует анализ целевой аудитории и внешней среды. Третий этап посвящен выбору каналов коммуникации. Четвертый этап охватывает разработку креативной концепции, создание уникального торгового предложения. Пятым этапом является бюджетирование рекламной кампании с расчетом затрат на выбранные каналы коммуникации. Шестой этап включает реализацию рекламной кампании. В завершении проводится мониторинг и корректировка маркетинговой стратегии по необходимости. Статья затрагивает три современных направления цифровизации маркетинга.

Ключевые слова: рекламная деятельность, реклама, планирование, современные тенденции, инновации.

D.K. Tretyakova,
L.F. Konstantinova

PLANNING OF ADVERTISING ACTIVITIES IN MODERN CONDITIONS

Abstract. The text discusses the key stages of advertising planning. At the first stage, the goals and objectives of the advertising campaign are formulated. This is followed by an analysis of the target audience and the external environment. The third stage is devoted to the choice of communication channels. The fourth stage covers the development of a creative concept, the creation of a unique sales offer and the formation of key slogans. The fifth stage is the budgeting of an advertising campaign with the calculation of costs for selected communication channels. The sixth stage includes the implementation of an advertising campaign. At the end, the marketing strategy is monitored and adjusted as necessary. The article touches on three modern directions of marketing digitalization.

Keywords: advertising, advertising, planning, modern trends, innovations.

Введение

Актуальность темы заключается в том, что планирование рекламной деятельности занимает одну из решающих ролей в стратегии и реализации успешного бизнеса. В современных условиях быстрой цифровизации и развития технологий, реклама и маркетинговые стратегии тоже видоизменяются. В исследовании рассматриваются современные тенденции развития рекламы и внедрение их в стратегию компаний. «Цель планирования маркетинга состоит в том, чтобы своевременно предложить покупателям такую номенклатуру товаров и услуг, которая бы соответствовала в целом профилю производственной деятельности предприятия и возможно полнее удовлетворяла их потребности» [2, с. 15].

Вопросы планирования рекламной деятельности и современного влияния на планирование рассматривались ранее в научной литературе. Так, работа В.А. Смирновой посвящена общим этапам маркетингового планирования, ключевым методам и рекомендациям по эффективному планированию. Исследования А.А. Блиновой рассматривают современные особенности и модели маркетинга. Однако, несмотря на значительное количество исследований, многие аспекты остаются недостаточно изученными, особенно те, которые касаются интеграции традиционных и цифровых инструментов рекламы в условиях быстро меняющейся рыночной среды.

Цель и задачи исследования

Цель: Разработать рекомендации по эффективному планированию рекламной деятельности в современных условиях, учитывая традиционные этапы планирования и цифровые методы продвижения.

Задачи:

- Изучить существующие этапы планирования рекламных кампаний.
- Определить ключевые факторы, влияющие на успех рекламных кампаний в современных условиях.
- Разработать методологические основы для оптимизации процесса планирования рекламных кампаний с учетом специфики традиционных и современных каналов коммуникации.
- Оценить перспективы развития рекламной деятельности с учетом дальнейшего роста влияния цифровых технологий.

Методы исследования

В данном исследовании используются теоретические методы: анализ, дедукция, индукция, классификация.

Полученные результаты

Основные этапы планирования рекламной деятельности:

1. Определение целей и задач рекламной кампании:

Формулировка конкретных целей. Прежде всего, нужно понять, каких общих бизнес-целей хочет достичь компания. Это могут быть увеличение продаж, расширение клиентской базы, повышение узнаваемости бренда, улучшение имиджа компании и другие. Важно иметь четкое представление о том, к чему стремится ваш бизнес в целом.

Разработка SMART-целей (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound). Цели должны быть SMART: Specific (конкретными), Measurable (измеримыми), Achievable (достижимыми), Relevant (актуальными) и Time-bound (ограниченными во времени).

2. Анализ целевой аудитории и внешней среды:

Одной из ключевых задач планирования рекламной деятельности является: «Определение существующих и перспективных потребностей покупателей,

анализ способов использования данной продукции, исследование закономерностей покупательского поведения на соответствующих рынках» [2, с. 15]. Исследование демографических характеристик, предпочтений, поведения и потребностей целевой аудитории. Демография включает в себя различные факторы, такие как возраст, пол, уровень дохода, образование, семейное положение и место жительства. Эта информация помогает определить целевую аудиторию продукта или услуги. Изучая поведение потребителей, можно получить представление о том, как они взаимодействуют с вашим продуктом или услугой, что позволяет принимать обоснованные решения. Это включает в себя анализ привычек, предпочтений, покупательского поведения и причин, стоящих за ним. Исследование требований клиентов позволяет понять их конкретные желания и причины, по которым они предпочитают тот или иной продукт или услугу. Это влечет за собой изучение их неудовлетворенных потребностей, проблем и стремлений. Во внешней среде проводится анализ конкурентов, выпускаемой ими продукции, тенденций в рекламе.

Сегментация аудитории на основе этих данных позволяет разделить большую группу на определенные сегменты, которые связаны схожими характеристиками и помогает выбрать подходящий целевой рынок.

3. Выбор каналов коммуникации:

Выбор канала коммуникации зависит от оценки эффективности традиционных медиа (телевидение, радио, печатные издания) и новых цифровых платформ (социальные сети, интернет-реклама, мобильные приложения). В современных реалиях большую роль в продвижении товаров и услуг играют цифровые платформы. Как правило, старшее поколение предпочитает и пользуется традиционными медиа, а молодое поколение делает свой выбор в сторону цифровых платформ. Поэтому необходимо учитывать специфику каждого канала и интегрировать в общую стратегию в зависимости от целевой аудитории, бюджета и бренда компании.

4. Разработка креативной концепции:

Необходимо создать уникальный товар или услугу, отличающую компанию от конкурентов. Составляющей уникального торгового предложения также является разработка ключевых слоганов и фраз. Они создаются для использования в рекламе и привлечения клиентов. Подбирается товарная стратегия, наиболее подходящая целям компании. Помимо разработки отличительных характеристик под товарной стратегией подразумевается: планирование ассортимента и номенклатуры продукции, выбор стилистики товара, рыночной атрибутики продукта, работа над послепродажной коммуникацией с покупателями.

5. Бюджетирование рекламной кампании:

Расчет стоимости различных каналов коммуникации. Необходимо проанализировать и оценить стоимость каждого канала рекламы. Проанализировав цели компании и предпочтения целевой аудитории, выбираются каналы коммуникации. Основные варианты включают:

Виды каналов коммуникации

Каналы коммуникации	Виды
Онлайн-реклама	Контекстная реклама; Таргетированная реклама в социальных сетях; Баннерная реклама; Видеореклама.
Офлайн-реклама	Телевидение; Радио; Наружная реклама; Печатные издания; Мероприятия.
Контент-маркетинг	Блоги; Статьи; Подкасты; Вебинары.
PR	Сотрудничество с инфлюенсерами

Каждый канал имеет свою специфику ценообразования, поэтому составляется бюджет с учетом всех затрат и возможных рисков.

6. Реализация рекламной кампании:

На этом этапе важно скоординировать всю работу между маркетинговыми отделами, отделами производства и продаж, проинформировать и обеспечить последовательную и детальную реализацию рабочего процесса. Предпринимателю необходимо создать контролирующий орган, который будет тщательно следить за выполнением плана на каждом этапе реализации, а впоследствии сможет оценить эффективность и результативность рекламной кампании.

7. Мониторинг и оценка эффективности:

Заключительным этапом является контроль и оценка результативности рекламной кампании. Существует метрики для измерения этого показателя.

Основные метрики для оценки результативности рекламной кампании

Метрика	Описание	Формула
CPL (Cost per Lead)	Стоимость привлечения контактных данных одного потенциального покупателя	$CPL = \frac{\text{стоимость размещения рекламы}}{\text{количество полученных контактов}}$
CAC (Customer Acquisition Cost)	Стоимость привлеченного клиента, то есть человека, который совершил покупку	$CAC = \frac{\text{стоимость рекламных расходов}}{\text{количество полученных клиентов}}$
ROI (Return on Investment)	Показатель возврата вложений в рекламу	$ROI = \frac{(\text{доход от рекламы} - \text{затраты на рекламу})}{\text{затраты на рекламу}} \cdot 100$

Метрика	Описание	Формула
LTV(Lifetime Value)	Пожизненная ценность клиента. Показывает, сколько денег компания получила за все время сотрудничества с клиентом.	$LTV = \text{ср.чек} \cdot \text{ср.количество продаж клиенту в месяц} \cdot \text{ср.время сотрудничества (мес.)}$

После сбора данных и проведения анализа эффективности маркетинга, если результаты показывают, что компания не достигает поставленных целей, необходимо скорректировать стратегию.

Современные тенденции и инновации в рекламе:

1. Виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR).

В веке цифровых технологий в создании и продвижении рекламы все больше используются VR/AR технологии.

«VR(от англ. virtual reality – виртуальная реальность) – это трехмерная среда, полностью созданная компьютером. Для погружения в нее нужны специальный шлем и перчатки» [5].

Технологии виртуальной реальности дают компаниям возможность продемонстрировать продукт потенциальным покупателям вне магазина. Эта технология является дорогостоящей, но впечатляющей и запоминающейся для целевой аудитории. Многие компании включили VR в свою маркетинговую стратегию. Такие компании, как Dyson, Volvo, Merrel, Oreo и другие.

«AR (от англ. augmented reality – дополненная реальность) – это среда, созданная путем наложения информации или объектов на воспринимаемый мир в реальном времени» [там же].

Компании создают свои приложения с функцией дополнения реальности. Это помогает покупателю лучше ознакомиться с товаром или услугой. В особенности AR-технологии полезны во время онлайн-шопинга, появляется возможность примерить товар, оценить его габариты и прочее.

2. Программатик-реклама.

«Programmatic-реклама – это автоматизированная покупка и продажа рекламного места в интернете. С помощью такого инструмента заказ, настройку и отчетность по рекламе маркетологи выполняют с помощью программных платформ. Это позволяет увеличить охват аудитории и при этом эффективно распределить рекламный бюджет» [7].

Покупка и продажа рекламного места происходит через специальные сайты, на которых проводят аукционы. Преимуществами такой рекламы является: большой охват аудитории и низкие издержки.

3. Персонализированная реклама.

Это реклама, созданная персонально для определенных целевых аудиторий. Персонализированная реклама имеет ряд преимуществ:

Для бизнеса:

- повышение конверсии;
- увеличение лояльности клиентов;
- оптимизация расходов;
- рост узнаваемости бренда.

Для пользователей:

- релевантность контента;
- экономия времени;
- индивидуальный подход;
- доступ к актуальным предложениям.

Выводы

На основе данного исследования можно сделать вывод об эффективном планировании рекламной деятельности. Ключевым акцентом является сочетание традиционных этапов планирования с современными методами цифрового маркетинга.

Таким образом, данная структура поможет охватить все важные аспекты планирования рекламной деятельности компании в современных условиях и предоставить полезную информацию для профессионалов в области маркетинга и рекламы.

Список использованной литературы

1. Блинова А.А. современные особенности рекламы и оценка эффективности рекламной кампании / А.А. Блинова // Научный альманах Центрального Черноземья. – 2022. – № 2-5. – С. 169–179. – EDN ARUJZS.
2. Грибанова Н.Н. Планирование на предприятии : учеб. пособие / Н.Н. Грибанова, Ю.И. Колесник. – Иркутск : БГУЭП, 2009. – 259 с.
3. Как бренды используют VR в маркетинге: подборка интересных кейсов // МТС Маркетолог : [сайт]. – URL: <https://marketolog.mts.ru> (дата обращения: 29.10.2024).
4. Метрики анализа эффективности маркетинга: от первого клика до повторных продаж // COMPASS : [сайт]. – URL: <https://getcompass.ru/blog/posts/metriki-v-marketinge?ysclid=m2sv496wb0569718824> (дата обращения: 12.10.2024).
5. Перспективы развития AR и VR в маркетинге // Adindex : [сайт]. – URL: <https://adindex.ru/publication/tools/technologies/2024/02/20/320557.phtml> (дата обращения: 29.10.2024).
6. Смирнова В.А. Планирование рекламной деятельности / В.А. Смирнова // Международный форум молодых исследователей – 2024 : сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. (г. Петрозаводск, 25 июня 2024 г.). – Петрозаводск : Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2024. – С. 125–131. – EDN MINPXW.

7. Programmatic-реклама: как она работает? // МТС Маркетинг : [сайт]. – URL: <https://media.mts.ru/business/201414-что-такое-programmatic-reklama> (дата обращения: 24.10.2024).

8. Radhika Dadhich Personalization in Digital Marketing: Why It Matters and How to Implement It / Radhika Dadhich // tutorialspoint : [сайт]. – URL: <https://www.tutorialspoint.com/personalization-in-digital-marketing-why-it-matters-and-how-to-implement-it> (дата обращения: 24.10.2024).

Информация об авторах

Третьякова Дарья Константиновна – студент бакалавриата, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: darya.tretyakova.2021@inbox.ru.

Константинова Лиля Файтуловна – доктор экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: konstantinofalf@yandex.ru.

Authors

Daria K. Tretyakova – Undergraduate student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: darya.tretyakova.2021@inbox.ru.

Liya F. Konstantinova – D.Sc. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: konstantinofalf@yandex.ru.

РАЗВИТИЕ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. Трансграничная интернет-торговля является следствием общего процесса развития электронной коммерции. Объему такой торговли показывают существенные темпы своего роста в последние годы.

Но экономические санкции в отношении РФ значительно сократили объемы трансграничной торговли, существенно изменили направление товарных потоков, поступающих в страну, осложнили поставки многих товарных категорий и брендов на российский рынок.

В исследовании исследуются тенденции рынка онлайн-импорта потребительских товаров, определяются предпосылки его развития, определяются факторы, ограничивающие его рост.

Ключевые слова: трансграничная торговля, онлайн-импорт, интернет-торговля, b2c-сектор.

S.G. Kholmovsky,
P.S. Kholmovskaya

DEVELOPMENT OF CROSS-BORDER ELECTRONIC COMMERCE IN RUSSIA: TRENDS AND PROSPECTS

Abstract. Cross-border e-commerce is a consequence of the overall development of e-commerce. The volume of such trade has shown significant growth rates in recent years.

But economic sanctions against the Russian Federation have significantly reduced the volume of cross-border trade, significantly changed the direction of commodity flows entering the country, and complicated the supply of many product categories and brands to the Russian market.

The study examines the trends of the online consumer goods import market, determines the prerequisites for its development, and determines the factors limiting its growth.

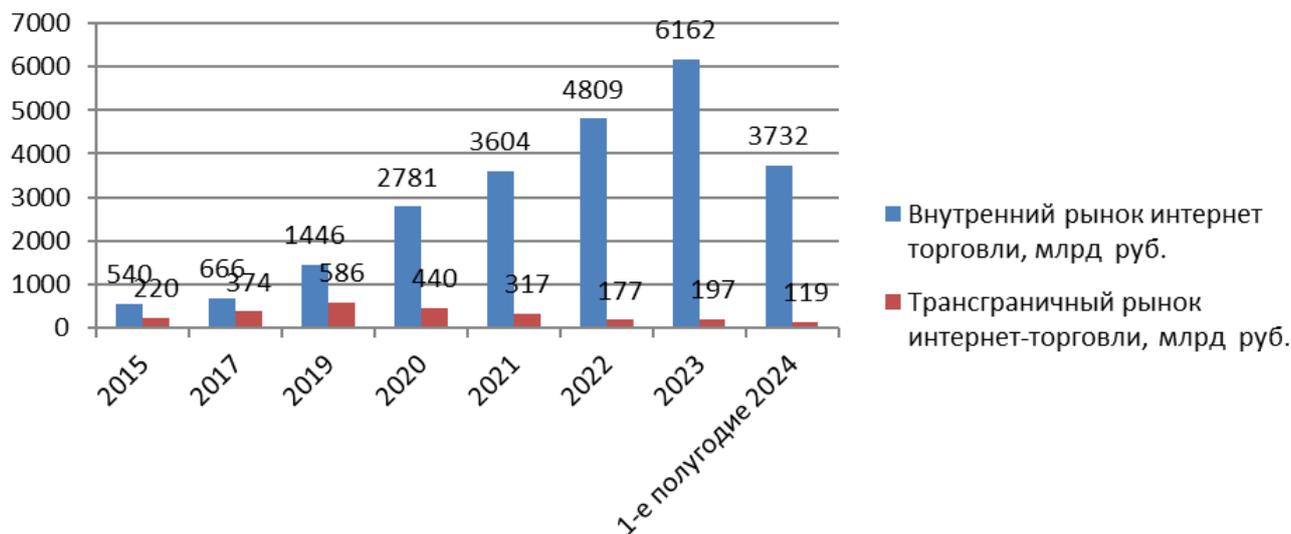
Keywords: cross-border trade, online import, online trade, b2c sector.

Введение

Существенный рост масштабов мировой трансграничной электронной торговли стал следствием активной цифровизации экономики, которой затронул и сферу внешнеторговых операций. Приход на этот рынок транснациональных компаний и цифровых гигантов позволил снять те барьеры, которые стояли в прошлом на пути обмена товарами между странами. Унификация правил международной торговли, развитие международных логистических и финансовых сервисов привлекло на этот рынок многочисленных поставщиков и потребителей.

Трансграничная электронная торговля предполагает, что участники торгового процесса находятся на территориях разных стран (двух и более), и логистические потоки будут пересекать границы (государственные и/или таможенные) с использованием платформ электронной торговли [7].

По данным ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) за неполные 6 лет российский рынок интернет-торговли увеличился в несколько раз, при падении объемов трансграничного импорта (рис.) [9].



Развитие внутреннего и трансграничного рынка интернет-торговли в России в 2015–2024 гг.

До 2019 года доля трансграничной интернет-торговли составляла около 30 %, достигнув в 2017 году 36 % от объема российского рынка [6]. Но сначала пандемия 2020 года, с ее ограничениями на трансграничное перемещение товаров, а затем экономические санкции привели к падению доли этого сектора практически в 12 раз.

Падение масштабов трансграничной торговли в 2020 году было вызвано не только действием общих с другими странами факторов. Действие этих обстоятельств было усилено в России снижением необлагаемых таможенной пошлиной лимитов (до 200 евро), а также усилением конкуренции со стороны внутренней интернет-торговлей [7]. События после 2022 года ухудшили состояние рынка еще существеннее.

Цели и задачи исследования

Основная цель работы заключается в определении направлений развития российского рынка трансграничной электронной торговли в новых экономических реалиях, определении факторов, сдерживающих его развитие, а также предпосылок его роста в будущем, которые могут быть реализованы при сотрудничестве государства и бизнес-структур.

Методы исследования

Методологическую основу проведенного в работе исследования составляют системный и сравнительный подходы, основанные на методах анализа и систематизации.

Полученные результаты

Трансграничная электронная торговля как результат процесса глобализации и цифровизации бизнеса, имеет ряд преимуществ для участников такого обмена, а также для экономики отдельных государств. Для поставщиков (производителей) среди достоинств такого варианта организации сбыта товаров можно выделить:

1. Рост эффективности производства, когда в полной мере проявляются эффект масштаба деятельности.
2. Улучшение степени узнаваемости определенного бренда не только в рамках отдельной страны, но и в рамках мировой торговли [4].
3. Расширение круга потенциальных покупателей продукции на новых географических рынках [3].
4. Реализация товаров в процессе трансграничной торговли повышает маржинальность бизнеса [2].

Участие в трансграничном обмене товарами несет существенные преференции и для потребителей:

1. Снижение затрат на закупку товаров, особенно если эта покупка дешевых потребительских товаров, не облагаемых таможенными пошлинами.
2. Из-за того, что приобретенный товар не проходит ряд национальных торговых посредников, окончательная цена купленной продукции для покупателя может быть ниже, чем в розничной торговле.
3. Благодаря такому международному обмену потребители могут расширить ассортимент приобретаемых товаров [1].

Но и для экономики в целом трансграничная торговля несет ряд преимуществ:

1. Если страна активно участвует в трансграничной торговле в качестве экспортера, то у нее улучшается состояние торгового и платежного баланса государства.
2. Также как и в рамках традиционной международной торговли, в рамках трансграничной формы выигрывают внутренние потребители больше потенциального проигрыша национальных производителей (поставщиков).
3. Развитие трансграничной торговли позитивно сказывается на развитии отраслей, обслуживающих эту сферу деятельности (логистических, транспортных и др.).

Изменения в товарной структуре российского онлайн-импорта в 2023 году по сравнению с 2021 годом явились прямым следствием санкционных ограничений. Наиболее существенные изменения в структуре следующие:

1. В статистике трансграничной торговли появилась новая товарная категория – цифровые товары, которые представляют собой онлайн-подписки, курсы, книги и т.д. с долей в 2023 году в 14,9 %.
2. Более чем в три раза (с 9,8 % в 2021 году до 2,6 % в 2023 году) сократилась доля приобретаемых продуктов питания.

3. В три раза сократилась доля одежды и обуви также из-за санкционных ограничений. Многие иностранные интернет-магазины сделали невозможным прямой заказ из их ассортимента для покупателей из России.

Изменения коснулись и структуры участников рынка трансграничной торговли. Российский рынок представлен шестью основными видами участников:

1. Иностранные интернет-агрегаторы с ограниченным присутствием на территории России (обычно в форме складских и транспортных подразделений). К такому виду участников можно отнести компанию Aliexpress, на которую приходилось более 75 % всех заказов рынка.

2. Иностранные интернет-ритейлеры, не имеющие своих подразделений в России, но осуществляющие отправку заказов, используя логистическую инфраструктуру других участников рынка (Shein).

3. Российские интернет-ритейлеры, у которых есть представительства в других государствах, которые и осуществляют закупки и отправку заказов в Российскую Федерацию (например, компания Ozon Global).

4. Компании с онлайн-витринами, которые выступают в качестве посредников, агентов, мелфорвардеров (Cdek Shopping, Shopotam).

5. Мейлфорвардеры без витрины, которые по заявке покупателя выкупают товар и организуют его доставку в Россию за определенное комиссионное вознаграждение (ВХВ).

6. Закупщики и брокеры, представленные «серыми» посредниками, группами в социальных сетях [7].

Рассмотрим причины сокращения и ограничения размеров российского рынка трансграничной торговли (прежде всего, импорта).

Во-первых, введенные экономические санкции со стороны многих иностранных государств и компаний, которые ограничили процесс доставки и оплаты интернет-заказов.

Во-вторых, рост логистических издержек по доставке заказов и увеличение времени ожидания получения заказов сокращает их привлекательность для покупателей.

В-третьих, с апреля 2024 года был в пять раз (с 1 тыс. евро до 200 евро) снижен порог беспошлинного ввоза товаров на территорию РФ). Это напрямую сказывается на активности покупателей.

Среди факторов возможного оживления и развития российского рынка специалисты отмечают:

1. Отладку новых логистических и финансовых схем по оплате и доставке заказов на территорию Российской Федерации, что сократит логистические и временные затраты.

2. Развитие механизма кроссбордерной полки на российских маркетплейсах. Под кроссбордерной полкой понимается сегмент на онлайн-платформах, на котором предлагаются импортные товары, реализуемые конечным потребителям без растаможивания. Интерес к организации подобных полок проявляют многие нишевые маркетплейсы [5].

3. Активная диверсификация деятельности логистических компаний, которые начинают выступать на рынке как мейлфорвардеры (посредники в получении и доставке заказов) с наличием витрины и без нее.

4. Кардинально изменить ситуацию на рынке позволили бы отмены всех санкционных ограничений в отношении российской экономики, но такие события трудно прогнозируются и зависят от политических, а не от экономических факторов.

Выводы

Российский рынок трансграничной электронной торговли в настоящее время находится под гнетом ряда негативных факторов, в полной мере устранить действие которых возможно только в случае снятия наложенных на национальную экономику экономических санкций.

Но за последние годы российский рынок смог приспособиться к новым реалиям, бизнес в значительной мере смог отыграть потери начала 2022 года, организовать новые логистические и финансовые схемы по доставке и оплате заказов, переформатировать свои бизнес-процессы.

Минимизировать негативные моменты в организации онлайн-импорта из других стран должно активное взаимодействие на разных уровнях государственных органов (Правительства РФ, Министерства экономического развития РФ, Центрального банка РФ, законодательной ветви власти) с участниками рынка.

Список использованной литературы

1. Балабанова А.В. Поведение потребителей на рынке электронных услуг / А.В. Балабанова, Г.Т. Журавлева // Ученые записки РАП. – 2021. – Т. 20, № 3. – С. 150–159. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_46633030_59936654.pdf.

2. Власов А.В. Вопросы электронной коммерции и трансграничной торговли в России как участнике ЕАЭС / А.В. Власов, А.И. Паньшин // Ученые записки РАП. – 2023. – Т. 23, № 1. – С. 54–59. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_64321572_11558358.pdf.

3. Головенчик Г.Г. Трансграничная электронная торговля как проявление цифровой глобализации: взаимосвязь и взаимовлияние / Г.Г. Головенчик // Социальные и экономические системы. Экономика. – 2023. – № 5.1. – С. 193–217. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54594409_44024331.pdf.

4. Дьякова М.А. Трансграничная электронная коммерция в системе международного бизнеса / М.А. Дьякова, Д.С. Юдина // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления : материалы 17-й междунар. науч.-практ. конф. (г. Москва, 2–3 июня 2022 г.). – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_49273961_24318978.pdf.

5. Задорожный С. Лэтуаль завел себе кроссбордерную полку / С. Задорожный. – URL: <https://ecomhub.ru/letual-got-himself-a-crossborder-shelf>.

6. Как поменялся рынок интернет-торговли в 2023 году. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/12/02/2024/65c64b479a794726261d49f7?from=article_body.

7. Развитие трансграничной интернет-торговли: оценка социально-экономического эффекта : доклад ВШЭ. – URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/469297676.pdf>.

8. Российский онлайн-импорт. Основные выводы. – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_b2c_online-import_2024_full.pdf.

9. Рынок интернет-торговли. Сводные аналитические данные. – URL: <https://akit.ru/analytics/analyt-data>.

10. Смирнова Е.А. Логистика трансграничной электронной торговли / Е.А. Смирнова, Д. Чжао. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 154 с. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54594409_44024331.pdf.

Информация об авторах

Холмовский Станислав Геннадьевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: staskhol@mail.ru.

Холмовская Полина Станиславовна – студент, факультет внешнеторгового менеджмента, Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация e-mail: holmovs05@gmail.com.

Authors

Stanislav G. Kholmovsky – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: staskhol@mail.ru.

Polina S. Kholmovskaya – student of the Faculty of Foreign Trade Management, All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, Moscow, the Russian Federation e-mail: holmovs05@gmail.com.

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ПО АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В СФЕРЕ ГРАЖДАНСКОГО САМОЛЕТОСТРОЕНИЯ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Аннотация. В статье обосновывается специфика реализации проектов по автоматизации производства в сфере гражданского самолетостроения на примере отечественного и зарубежного опыта. Несмотря на многочисленные исследования, связь между автоматизацией и производительностью еще не доказана. Основной задачей производства в сфере самолетостроения является сокращение времени разработки продукта для сохранения конкурентоспособности. Ускорение возможно за счет повышения производительности, которую можно измерять как в денежном выражении (стоимость), так и в натуральном (объем производства). Стоимостная производительность зависит от множества переменных и может быть иллюзорной. Эффективность компании, работающей в сфере самолетостроения, растет, если она снижает затраты при сохранении или увеличении производства. Натуральная производительность, измеряемая, например, количеством управляемых проектов на сотрудника, является важным показателем, поскольку дает более реалистичное представление об эффективности процессов автоматизации и помогает оценить вклад организационных изменений и технологий при условии стабильной сложности проектов.

Ключевые слова: проекты, автоматизация производства, гражданское самолетостроение, отечественный опыт, зарубежный опыт.

K.S. Yudelevich

SPECIFICS OF THE IMPLEMENTATION OF PRODUCTION AUTOMATION PROJECTS IN THE FIELD OF CIVIL AIRCRAFT CONSTRUCTION: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE

Abstract. The specifics of the implementation of projects on automation of production in the field of civil aircraft construction are substantiated by the example of domestic and foreign experience. Despite numerous studies, the link between automation and productivity has not yet been proven. As the main task of production in the field of aircraft construction, the author calls the reduction of product development time to maintain competitiveness. Acceleration is possible by increasing productivity, which can be measured both in monetary terms (cost) and in kind (volume of production). Cost productivity depends on many variables and can be illusory. The efficiency of an aircraft manufacturing company is increasing, whether it reduces costs while maintaining or increasing production. In-kind productivity, measured, for example, by the number of managed projects per employee, is an important indicator, as it gives a more realistic idea of the effectiveness of automation processes and helps to assess the contribution of organizational changes and technologies, provided that the complexity of projects is stable.

Keywords: projects, production automation, civil aircraft construction, domestic experience, foreign experience.

Введение

В настоящее время в России реализуется программа развития авиапромышленности до 2030 года. Основные риски программы связаны с выбытием авиапарка из-за проблем с техобслуживанием и задержек в поставках отечественных самолетов. Использование инновационных технологий и автоматизации помогает снизить потери и повысить производительность. В этой связи важным является изучение и оценка проектов автоматизации в гражданском авиастроении. Автоматизация производства помогает превратить сырье в готовый продукт с помощью технологий и оборудования, удовлетворяя потребности общества. Технический прогресс и социальная динамика способствуют постоянному обновлению процессов автоматизации. Основные препятствия для ее внедрения связаны с высокой сложностью и затратами. Автоматизация позволяет обходиться без участия человека, который лишь контролирует процессы. С начала промышленной революции автоматизация значительно развилась и применяется широко в промышленности, увеличивая производительность и снижая экологический ущерб. В условиях Индустрии 4.0 производство становится более гибким и ориентированным на персонализацию, что требует повышения интеллектуальных способностей автоматизированных систем. Однако, современные системы автоматизации ориентированы на использование, а не на продукт, что изменяет экономическую логику компаний, в том числе функционирующих в сфере самолетостроения.

Российская научная литература рассматривает автоматизацию производства через системы управления технологическим процессом, включающие автоматизированные устройства и системы управления. Централизованная система управления, обработка и хранение информации о производственном процессе, датчики и контроллеры являются ключевыми элементами указанных систем. А.С. Глазунов и Е.В. Кошелева описывают устройства, используемые при автоматизации, к числу которых можно отнести манипуляторы, сборочные роботы и универсальные сборочные машины [1, с. 153].

В.А. Колычев отмечает специфику автоматизации в зависимости от размера производства: для мелкосерийного производства – это универсальные системы, для крупносерийного – жесткие связи между оборудованием [2, с. 25]. Ю.А. Краснов подчеркивает преимущества автоматизации, к числу которых относит рост прибыли, снижение брака и себестоимости, повышение контроля качества и сокращение сроков [3, с. 86]. О.О. Мартынов также указывает на отрицательные последствия, включая усложнение системы, необходимость переквалификации персонала, уязвимости и рост безработицы [4, с. 37].

В.А. Фомичев выделяет различные степени автоматизации, начиная с нулевой (без участия людей) до третьей (участие людей во всех операциях) [5, с. 225]. А.М. Батьковский подчеркивает, что автоматизация меняет характер интеллектуальной работы, создавая коллективные и гибкие организационные структуры, и помогает предприятиям адаптироваться к изменениям [6, с. 362].

И.О. Старков и М.Л. Дмитриева говорят о трех видах автоматизации: полной (полный контроль без людей, подходит для крупных предприятий), комплексной (контроль со стороны человека с обучением персонала) и частичной (замена простых операций) [7, с. 23].

А.А. Баранов говорит о способах компоновки при обеспечении автоматизации производства в сфере гражданского самолетостроения: в однопоточном производстве оборудование расположено по ходу операций, а в многопоточном работает независимо [8, с. 39].

Б.Б. Жмайлов выделяет следующие принципы автоматизации производства: завершенность (все операции в одной системе), малооперационная и малолюдная технологии, и оптимальность (работа всех объектов под единым критерием) [9, с. 74].

Цель и задачи исследования

Целью исследования является анализ специфики реализации проектов по автоматизации производства в сфере гражданского самолетостроения на примере отечественного и зарубежного опыта. Для достижения были последовательно решены следующие задачи:

Исследовать автоматизацию как одно из направлений повышения технического уровня и эффективности производства.

Изучить виды автоматизации.

Методы исследования

При написании исследования использованы методы анализа, синтеза, сравнения, абстрагирования, дедукции и индукции.

Полученные результаты

Прежде всего, необходимо обозначить различия между отечественным и зарубежным опытом автоматизации производства в сфере гражданского самолетостроения. Отечественный опыт часто характеризуется большим уровнем государственного контроля и регламентации, что в некоторых случаях замедляет процессы обновления и внедрения новых технологий. Современные геополитические условия диктуют российским предприятиям потребность отдавать предпочтение национальным разработкам в области программного обеспечения и оборудования. По этой же причине меньшее внимание уделяется интеграции производства с мировыми цепочками поставок и использованием международных стандартов.

Традиционно в отечественном самолетостроении уделяется большое внимание контролю качества и безопасности изделий, а современный этап социально-экономического развития характеризуется большим упором на инженерное образование и специализированную подготовку кадров. Если же обращаться к зарубежному опыту, то можно отметить, что авиационные

компании в странах с рыночной экономикой ориентированы на соблюдение международных стандартов (например, ISO, AS9100) с целью интеграции в глобальные цепочки поставок.

Кроме того, иностранные компании активно используют технологии и решения ведущих мировых производителей оборудования и программного обеспечения [10, URL].

Значительное внимание уделяется внедрению передовых технологий (искусственного интеллекта, машинного обучения, робототехнике и интернету вещей (IoT)) и повышению производительности и эффективности за счет применения передовых методов автоматизации (например, Lean и Six Sigma) и комплексного программного обеспечения (иными словами, осуществляется интеграция ERP-систем, PLM и других инструментов для гармонизации всех аспектов производства). Также необходимо отметить, что зарубежные производственные системы организованы так, чтобы легко адаптироваться к меняющимся требованиям рынка и инновационным тенденциям (рис. 1). Проект автоматизации производства представляет собой сложный процесс, требующий значительных временных и финансовых затрат, что подчеркивает важность ответственного подхода к проектированию. В процессе анализа российского и зарубежного опыта реализации проектов по автоматизации производства в сфере гражданского самолетостроения было выделено такое требование, как открытая и гибкая архитектура, позволяющая легко вносить изменения и интегрировать новые технологии: проект должен обеспечивать эффективное взаимодействие между разными уровнями системы управления и предусматривать поэтапное внедрение для снижения рисков и плавного перехода персонала.

В ходе исследования установлено, что основная цель автоматизации состоит в использовании технологий и автоматизированных систем для оптимизации производства, и повышения эффективности. Внимание должно быть акцентировано на создании интеллектуальной системы, способной автоматизировать процессы, мониторинг оборудования и принятие решений на основе аналитики. Преимущество автоматизация состоит в снижении вероятности ошибок и повышении безопасности труда. В процессе автоматизации производства ключевым является оценка начального состояния процесса, поскольку это влияет на направление проекта. На следующем этапе разрабатывается проектная модель, определяющая необходимые ресурсы. Далее важно обеспечить проект этими ресурсами, включая оборудование и обучение персонала. После установки оборудования проводится тестирование системы, устраняются возможные сбои и осуществляется ввод в эксплуатацию, за которым следует гарантийное обслуживание и оценка эффективности [11, с. 58].



Рис. 1. Отличия отечественного и зарубежного опыта по автоматизации в сфере самолетостроения



Рис. 2. Этапы реализации проектов по автоматизации производства в сфере самолетостроения

Существует дискуссия относительно критериев эффективности автоматизации. Если зарубежные исследователи оценивают её по улучшению качества продукции [12, р. 970], то отечественные – по росту производительности труда или общей эффективности предприятия, а некоторые акцентируют внимание на безопасности производства [13, с. 817]. Представляется необходимым согласиться с той точкой зрения, что в средах с высоким уровнем риска поддержание надежности иногда противостоит производительности. В традиционных отраслях нельзя приравнивать надежность разработки к безопасности эксплуатации. При анализе эффективности разработки продукта необходимо учитывать такие аспекты, как производительность, затраты и качество. Основная задача в разработке автоматизации производства состоит в сокращении сроков разработки, что требует баланса между производительностью и надежностью процесса. Это создает своего рода парадокс, так как обе цели должны быть достигнуты одновременно, чтобы обеспечить качество продукции.

Проектирование автоматизации включает спецификации, которые должны соответствовать критериям качества и срокам: процесс сложен и требует интеграции знаний из различных областей, включая маркетинг и логистику. В этой связи можно говорить об интеграции знаний как критически важном элементе, влияющем на эффективность автоматизации. Интеграция предполагает обмен и координацию знаний между участниками, стремящимися к общей цели. Сотрудничество, хоть и важно, не является частью интеграции, поскольку оно исходит из воли участников, а не из структурированных механизмов обмена знаниями.

Изменения в российской экономике повлияли на высокотехнологичные предприятия, такие как самолетостроение, заставив их перестраивать производственные процессы из-за сокращения госфинансирования. Для устойчивой работы необходимы современные методы управления и автоматизация, что требует перехода к более комплексным системам. Высокое качество продукции при минимальных затратах достигается автоматизацией управлений параметров технологического процесса. Автоматизация улучшает точность изготовления и сборки, уменьшает брак и зависимость от человеческого фактора. Мировые лидеры внедрили эти системы, и тем самым снизили затраты и повысили качество про-

дукции. Если сравнивать гибкую и жесткую автоматизацию, используемую на отечественных и зарубежных предприятиях, то можно говорить о лучшей эффективности гибкой: интеграция робототехники на различных этапах производства улучшает качество и снижает затраты, требуя пересмотра конструкций самолетов под новые технологии; современное оборудование уменьшает трудозатраты, количество работников и улучшает качество, с использованием лазерных систем контроля для повышения точности и скорости сборки.

Автоматизация производства в сфере гражданского самолетостроения повышает надежность производства, снижая риски и улучшая качество, но сталкивается с ограничениями в условиях неопределенности: процедуры автоматизации уменьшают человеческие ошибки, но не всегда решают сложные проблемы. Надежность производства в данном случае зависит от структур контроля и бдительности участников: рутинная надежность снижает простые ошибки, но для решения сложных проблем важна бдительность и экспертные знания участников. При этом исследование опыта позволяет сделать однозначный вывод о том, что мотивация и внимание участников повышают надежность. Индивидуальная бдительность достигается стимулированием, а коллективная – через децентрализованный подход и экспертные оценки; эффективное производство требует сочетания организационных процедур и активного участия сотрудников.

Инженеры измеряют время, затраченное на разработку проекта, для оценки производительности автоматизации в самолетостроении, определяемой как способ, которым технологии повышают эффективность пользователя, измеряемую во времени. Однако трудно точно измерить натуральную производительность из-за слабой структуры процесса разработки и редких итераций участников. Выявленную проблему можно преодолеть, оценивая прирост производительности (например, можно использовать такие показатели, как количество проектов на сотрудника в год, время выполнения задач и время на разработку). Анализ помогает понять стратегическую ценность прироста производительности для разработки новых продуктов или сокращения цикла.

Выводы

Структурные изменения в российской экономике влияют на высокотехнологичные предприятия, включая работающие в сфере самолетостроения, вынужденные менять производственные процессы из-за уменьшения госфинансирования. Разработка автоматизации учитывает отраслевую специфику и задачи по улучшению качества, снижению затрат и повышению эффективности. Для устойчивой работы нужны современные методы управления, комплексные автоматизированные и контрольно-измерительные системы. Автоматизация и контроль в авиационном производстве повышают точность, уменьшают брак и сокращают затраты: робототехника снижает человеческий фактор, улучшает качество и эффективность, а гибкая автоматизация позволяет быстрее реагировать на изменения и работать с разными изделиями. Современное оборудование, лазерные

системы контроля и мобильная аппаратура снижают трудозатраты и ускоряют сборку самолетов; стыковочные стенды с лазерными лучами увеличивают точность и скорость сборки.

Список использованной литературы

1. Глазунов А.С. Некоторые аспекты автоматизации технологических процессов в машиностроении / А.С. Глазунов, Е.В. Кошелева // Инновации технических решений в машиностроении и транспорте. – 2018. – С. 151–154.
2. Колычев В.Д. Модели формирования организационной структуры развивающихся высокотехнологичных предприятий / В.Д. Колычев, Н.А. Буданов // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2022. – № 6. – С. 174–187
3. Краснов Ю.А. Методы системного анализа и синтеза технологий автоматизированного управления сложными техническими системами / Ю.А. Краснов, В.М. Приходько // Автоматизация и управление в технических системах : сб. науч.-метод. тр. каф. АСУ МАДИ. – Москва : МАДИ, 2012. – Вып. 2. – ISSN 2306-1561. – С. 64–73.
4. Мартынов О.О. Матрица анализа инструментов качества по совершенствованию производственных процессов / О.О. Мартынов // Наука, техника и технология XXI века (НТТ-2013) : материалы 5-й междунар. науч.-техн. конф. – Нальчик : Каб.-Балк. ун-т, 2013. – С. 371–373 с.
5. Фомичев В.А. Влияние автоматизации на экономическое развитие предприятия / В.А. Фомичев // Проблемы социально-экономической устойчивости региона. – Пенза, 2022. – С. 225–228.
6. Батьковский А.М. Оптимизация программных мероприятий развития оборонно-промышленного комплекса. / А.М. Батьковский, А.В. Фомина, Е.Ю. Байбакова. – Москва : ОнтоПринт, 2017. – 511 с.
7. Старков И.О. Формы внедрения автоматизированных систем в наукоемкое производство / И.О. Стариков, М.Л. Дмитриева // Научные тенденции: Вопросы точных и технических наук. – 2018. – С. 22–23.
8. Баранов А.А. Определение оптимальных параметров автоматизированной системы оперативного планирования мелкосерийного машиностроительного производства / А.А. Баранов, А.Р. Денисов // Реинжиниринг технологических, организационных и управленческих процессов как основа модернизации экономики регионов : материалы всерос. науч.-практ. конф. – Кострома : КГУ им Н.А. Некрасова, 2010. – С. 56–63.
9. Жмайлов Б.Б. Реализация системы поддержки исполнения на базе технологии JBoss Drools / Б.Б. Жмайлов, К.А. Зайченко, П.Л. Севостьянова, В.П. Дмитров // Современные информационные технологии в образовании : материалы СИТО / ЮФУ. – Ростов-на-Дону, 2012. – С. 137–138.
10. Kihlman H., Osbahr G. Low-Cost Automation for Aircraft Assembly // Industrial and Materials Science. – URL: <https://www.researchgate.net/publica>

tion/265632946_Low-Cost_Automation_for_Aircraft_Assembly (дата обращения 17.10.2024).

11. Солдатов Д.Ю. Оптимизация структуры автоматизации этапов жизненного цикла продукции на высокотехнологичных предприятиях / Д.Ю. Солдатов, О.В. Борисова // Современные исследования: теория, практика, результаты : сб. материалов 5-й междунар. науч.-практ. конф. – Москва, 2024. – С. 57–60.

12. Joshi V., Kumar H. Optimization of CNC Lathe Turning: A Review of Technique, Parameter and Outcome // Advances in Manufacturing and Industrial Engineering. Lecture Notes in Mechanical Engineering. – Springer, Singapore, 2021. – P. 963–973.

13. Чудаева А.А. Некоторые вопросы обоснования исходных данных для оценки экономической эффективности инвестиционных проектов, направленных на цифровизацию производства А.А. Чудаева // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 3 (140). – С. 816–819.

Информация об авторе

Юделевиц Ксения Сергеевна – магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: yudelevich.ks@yandex.ru.

Научный руководитель

Скоробогатова Юлия Александровна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

Author

Ksenia S. Yudelevich – Master’s Degree Student, Department of Enterprise Economics and business activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: yudelevich.ks@yandex.ru.

Scientific supervisor

Yulia A. Skorobogatova – Candidate of economic sciences, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and business activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

СЕКЦИЯ 2

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПО ОТРАСЛЯМ И СФЕРАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 303.722.2:658

М.А. Авдюшина

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ТАРИФОВ ТЕПЛО- И ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПАНИЙ В РЕГИОНЕ

Аннотация. В рамках обоснования особой роли, места и значения электроэнергетики в национальной экономике рассматривается эффективность энергопотребления и энергоёмкость организаций. Коэффициенты энергоэффективности в границах национального развития являются показателями стратегического значения, имеющими статус критериев государственного управления социально-экономическими процессами, способствующими созданию региональных приоритетов и финансового обеспечения. В рамках страны объёмы потребления тепло- и электроэнергии существенно дифференцированы по регионам климатическими условиями, численности населения, уровню жизни и экономического развития, степени урбанизации. Как следствие эти факторы оказывают непосредственное влияние на финансовое состояние тепло- и электроснабжающих организаций, свидетельствующие о региональном аспекте их деятельности.

Ключевые слова: тарифы, выручка, тепло- и энергоснабжающие организации.

М.А. Avdushina

FACTOR ANALYSIS OF THE IMPACT OF HEAT AND ELECTRICITY TARIFFS ON THE FINANCIAL RESULTS OF COMPANIES IN THE REGION

Abstract. As part of the justification of the special role, place and importance of the electric power industry in the national economy, the efficiency of energy consumption and energy intensity of enterprises and organizations in this industry are considered. The highlighted performance characteristics within the boundaries of national development are indicators of strategic importance that have the status of criteria for state management of socio-economic processes, contributing to the creation of regional priorities and financial support. Within the country, the volume of heat and electricity consumption and their energy efficiency have significant differences. Regions differ in climatic conditions, population size, standard of living and economic development, degree of urbanization, as a result, they have a direct impact on the financial condition of heat and electricity supply organizations, indicating the regional aspect of their activities.

Keywords: tariffs, revenue, heat and energy supply organizations.

Актуальность темы предопределяется значимостью отрасли для экономического развития страны; во-вторых, существенной ролью тепло- и электро-

энергетических компаний для развития региона, осуществляющих деятельность на данной территории. Высокий уровень социально-экономического развития страны и регионов определяется степенью взаимозависимости функционирования организаций в сфере тепло- и электроэнергетики. Основным показателем, связывающим состояние национальной экономики и энергетической отрасли, является энергоёмкость, снижение которой оказывает положительный эффект на рост ВВП. На данный момент наблюдается отставание темпов повышения энергоэффективности ВВП России от мировых экономик, что данная тенденция наблюдается и по другим странам, и это подтверждается экспертными оценками Е.А. Ярохович и О.А. Теляк [1], так в 2022 году по сравнению с 2021 год темп прироста энергопотребления сократился в 2 раза и составил 2,1 %. Снижение энергопотребления в Европе связано с нестабильной политической обстановкой и благоприятными климатическими условиями, а его повышение в Индии, Индонезии, Саудовской Аравии – с экономическим ростом. Мировая выработка электроэнергии увеличилась на 2,3 %, что соответствовало средним темпам роста в 2010–2019 гг. [2].

В России энергопотребление снизилось на 0,4 %, но увеличилось электропотребление на 1,5 %, а выработка электроэнергии – на 0,6 %. Несмотря на значительно меньший процент прироста потребления электроэнергии в сравнении с мировым, Россия входит в топ-10 по объёму выработки и потребления электроэнергии и занимает 4 место [3; 4].

Величина энергоёмкости находится под влиянием таких факторов как климатические, структурно-экономические, технологические, социальные и жилищно-коммунальные, среди которых А.П. Дзюба [5] говорит об особой роли и существенном значении технологического фактора в электроэнергетике, способствующего инвестиционной составляющей развития электроэнергетики. Так, объём инвестиций, направляемых в отрасль, способствуют модернизация и реконструкция основных фондов приводят к повышению рентабельности активов. Более того, инвестиции в электроэнергию оказывают мультипликативный эффект, поскольку при инвестировании в отрасль порядка 1 % от ВВП, будет наблюдаться экономический рост в размере 2,5 % ВВП. Инвестиции в электроэнергетику положительно сказываются и на другие отрасли, в особенности на отраслях машиностроения и строительства. Для ВРП роль инвестиционной поддержки отрасли еще выше [5].

Характеризуя особенности отраслевого развития электроэнергетики Л. Баймухаметова, А. Диваков, Д. Орехов ссылаются на данные Мирового энергетического агентства, согласно которым по уровню энергоёмкости Россия занимает 136 место среди 146 стран мира [6], что говорит о низкой эффективности данного параметра.

В рамках финансового планирования и прогнозирования контроль за состоянием выручки, доходов, расходов и прибыли находится в прямой зависимости от результатов деятельности организаций. Как отмечают авторы Е.А. Разумовская, М.С. Шуклин, В.И. Баженова, Е.С. Панфилова [7] в целом по стране

наибольшая доля электроэнергии вырабатывается на ТЭС. В 2022 году ТЭС занимали 63,7 % в общем объеме генерируемой электроэнергии, ГЭС, в свою очередь, – 17,2 %. В Иркутской области, напротив, наибольшая доля электроэнергии производится на ГЭС.

Цель исследования, которая определена нами на основании анализа и тенденций состояния отрасли в национальной экономике, и в мире состоит в том, чтобы обосновать степени зависимости объемов выручки от величины тарифов тепло- и электроснабжающих организаций. Формулировка цели позволяет выделить два аспекта, предлагаемых для решения задач:

1. Выявить и охарактеризовать факторы, образующие цены и тарифы на тепловую и электрическую энергию для снабжающих организаций в регионе.

2. Представить сравнительный анализ тарифов на тепловую и электрическую энергию на примере двух компаний как предпосылку для выявления особенностей финансового планирования их выручки от продаж.

Методы исследования, пути (способы) решения поставленных задач:

1. Обоснование актуальности темы, цели и задач исследования происходило на основе сравнительного анализа литературы, изучения финансовых документов коммерческих организаций, нормативно-правовых актов в области доходов организаций, экономических агентов разных уровней в сфере тепло- и электроэнергетики, сравнительных данных о динамике и тенденциях развития энергопотребления и энергоэффективности в России и в мире.

2. Для аналитических целей использовался сравнительный анализ финансовых коэффициентов, вертикальный и горизонтальный анализ.

В ходе исследования и анализа основных показателей, характеризующих состояние электроэнергетической отрасли и ее финансовой составляющей в начале представим краткую характеристику региона. Далее с учетом полученных результатов исследования и вследствие тех специфических черт его развития, имеющих важное значение и показывающих их роль в национальной экономике, дает основание выделить его среди других регионов страны. Среди них, важное значение принадлежит низкой стоимости электроэнергии, как следствие требующей пристального внимания и контроля, поскольку себестоимость напрямую влияет на финансовый результат тепло- и электроэнергетических компаний.

К основным факторам, оказывающим влияние на стоимость электроэнергии, относятся:

1. Планируемый объем потребления;
2. Инфраструктура передачи энергии;
3. Величина субсидирования;
4. Погодные условия;
5. Структура потребителей.

В целях определения и установления степени влияния факторов на ценообразование и тарифы, предлагается провести сравнительную характеристику финансовой деятельности двух компаний ООО «БЭК» и ПАО «ТГК-14».

Энергетика Иркутской области входит в состав объединенной электроэнергетической системы Сибири и является одной из крупнейших энергосистем России – ее доля в производстве электроэнергии на территории СФО составляет порядка 30 % [8].

Из табл. 1 видно, что годовые объемы потребления электроэнергии и мощности в динамике увеличиваются. Так, в 2023 году в Иркутской области был зафиксирован новый исторический максимум потребления мощности, который составил 10 168 МВт (+587 МВт), рекорд потребления мощности в энергосистеме России обновлен второй раз за декабрь [9]. В основном рост потребления энергии связан реализацией крупных инвестпроектов металлургическими предприятиями, строительством Восточного полигона ОАО РЖД, ростом потребления в добывающих производствах топливно-энергетических полезных ископаемых.

Таблица 1

Объемы потребления электроэнергии в Иркутской области
за период 2019–2022 годы*

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Потребление электроэнергии, млн кВт·ч	55 481	55 981	59 256	64 352
Годовой темп прироста, %	0,77	0,90	5,85	8,60
Максимум потребления мощности, МВт	8 196	8 326	8 916	9 111
Годовой темп прироста, %	-0,18	1,59	7,09	2,19

* Составлена по данным: [8].

Иркутская область характеризуется следующими отличительными чертами:

Самый высокий показатель среднедушевого потребления электроэнергии – выше чем в целом по стране в 3 раза (в 2021 году по Иркутской области он составил 3514 кВт·ч, а в среднем по России – 1315 кВт·ч), т.е. Иркутскую область можно считать самым энергорасточительным регионом России [10]. Ранжирование субъектов РФ по энергоемкости ВРП, суммарным и удельным выбросам парниковых газов от сжигания топлива имеет высокий уровень энергоемкости – в 2022 году Иркутская область занимала 17 место среди всех субъектов страны [11], имея при этом самую низкую стоимость электроэнергии в России.

Иркутская область является одной из наиболее энергоемких регионов страны, в связи тем, что на территории субъекта расположены самые энергоемкие производства – алюминиевые, химические, нефтехимические, лесоперерабатывающие. В качестве основных крупных потребителей можно выделить такие как, ПАО «РУСАЛ Братск», ОАО «РЖД», АО «Группа «Илим», ООО «РУСАЛ Тайшет», АО «АНХК», ООО «Транснефть-Восток».

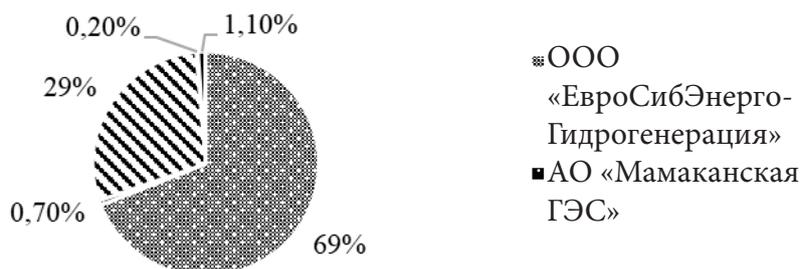
На текущий момент электроэнергетика региона представлена 14 ТЭС и 4 ГЭС, собственниками которых являются:

1. ООО «Байкальская энергетическая компания»;

2. ООО «ЕвроСибЭнерго-Гидрогенерация»;
3. ООО «Теплоснабжение» в г. Байкальске;
4. АО «Мамаканская ГЭС»;
5. Промышленные предприятия.

Все ГЭС распределены между ООО «ЕвроСибЭнерго-Гидрогенерация», доля которого составляет 69 %, и АО «Мамаканская ГЭС» с долей в 0,67 % [8].

Электрогенерацию на ТЭЦ осуществляют: ООО «Байкальская энергетическая компания», на которое приходится 29 %, ООО «Теплоснабжение» – 0,2 % и станции промышленных предприятий – 1,1 %, данные о структуре распределения субъектов в 2023 году на рынке представлены на рисунке.



Доля субъектов рынка электроэнергии Иркутской области в 2023 году, %*

* Составлен по данным: [12].

Теплоэнергетический сектор региона включает в себя:

1. 11 ТЭЦ ООО «Байкальская энергетическая компания»;
2. 2 ТЭЦ промышленных предприятий (ТЭС филиала АО «Группа Илим» в г. Братске, ТЭС филиала АО «Группа Илим» в г. Усть-Илимске);
3. ТЭЦ ООО «Теплоснабжение» г. Байкальск;
4. 995 отопительных и промышленных котельных;
5. 179 электробойлерных установок.

Основными потребителями тепловой энергии являются:

1. Промышленный комплекс;
2. Жилищно-коммунальный комплекс;
3. Бюджетная сфера Иркутской области.

Наиболее теплым городами Иркутской области являются Иркутск, Ангарск, Братск и Усть-Илимск, поскольку в них расположены крупные предприятия нефтехимической, химической и лесоперерабатывающей промышленности.

Лидирующие позиции на рынке электроэнергии Иркутской области занимает ООО «ЕвроСибЭнерго-Гидрогенерация». В то же время, такая структура рынка не умаляет значимости ООО «Байкальской энергетической компании» для региона, поскольку, если ООО «ЕвроСибЭнерго-Гидрогенерация» осуществляет выработку электроэнергии на ГЭС, то ООО «БЭК» – на ТЭЦ. И в случае возникновения проблем в работе ГЭС, недостаточный объем электроэнергии будет

выработан на ТЭЦ. Более того, ООО «БЭК» имеет статус гарантирующего поставщика тепловой энергии.

Низкая стоимость электроэнергии как отличительная особенность Иркутской области требует особого контроля в процессе финансового планирования и прогнозирования, поскольку напрямую влияет на финансовый результат тепло- и электроэнергетических компаний. Так, если в 2022 году средняя цена на электрическую энергию, реализуемую населению, по России за 1 кВт·ч составляла 4,9 рубля, то в Иркутской области – всего 1,42 рубля. В то же время в ряде регионов стоимость электроэнергии значительно превышает среднее значение по стране. В Московской области – 6,73 руб./кВт·ч; Камчатском крае – 6,94 руб./кВт·ч; Чукотском автономном округе – 9,70 руб./кВт·ч [13].

К основным факторам, оказывающим влияние на стоимость электроэнергии, относятся:

1. Планируемый объем потребления.
2. Инфраструктура для передачи энергии.
3. Величина субсидирования.
4. Погодные условия.
5. Структура потребителей.

В целях установления степени влияния перечисленных факторов на ценообразование нами представлена сравнительная характеристика деятельности двух компаний ООО «БЭК» и ПАО «ТГК-14».

Общие черты и различия, которые были выделены в ходе сравнительного анализа деятельности обеих компаний выразились в следующих обстоятельствах.

Ярко выраженная отличительная особенность финансовой деятельности ООО «БЭК» указывает на то, что в выручке половина денежных средств была получена от тепловой энергии, и примерно столько же было получено от электрической. Напротив, у большинства же компаний наблюдается сильный перевес в сторону одного вида энергии, так у ПАО «ТГК-14» наблюдается увеличение в сторону одного вида энергии – теплоэнергии, однако не столь выраженным, чем у других компаний отрасли.

Ввиду того, что общества осуществляют свою деятельность на ТЭЦ и имеют общие статьи затрат, то в структуре себестоимости, реализуемой ООО «БЭК» тепло- и электроэнергии, преобладает себестоимость тепловой энергии. По статьям расходов – 41 % занимает топливо, а у ПАО «ТГК-14» ее доля составляет почти – 50 %. Использование угля в качестве основного топлива является одной из причин установления высокой цены на электроэнергию, однако, на территории Иркутской области расположены три крупные ГЭС, на которых вырабатывается большая часть электрической энергии, то наличие угольных ТЭЦ не приводит к удорожанию стоимости электрической энергии.

Кроме того, согласно Постановлению Правительства РФ от 27.12.2010 № 1172 (ред. от 28.09.2023) [14], Иркутская область, Республика Бурятия и Забайкальский край относятся ко II ценовой зоне, и несмотря на то, что и в I, и во II ценовых зонах реализация электроэнергии осуществляется на конкурентной ос-

нове, цены на электрическую энергию и мощность отличаются, поскольку торги для каждой ценовой зоны проходят отдельно. Соответственно, реализация электроэнергии ПАО «ТГК-14» и ООО «БЭК» осуществляется на равных условиях.

Следует также заметить, что обе компании имеют статус Единой теплоснабжающей организации (ЕТО), предусматривающий применение регулируемых тарифов на тепловую энергию и определяющий обязанность компании заключать и исполнять договоры теплоснабжения с любыми обратившимися к ней потребителями тепловой энергии.

Несмотря на перечисленные выше общие черты, результаты деятельности компаний неравнозначны, как и установленные в регионах тарифы. В 2022 году одноставочный тариф, применяемый для жителей Республики Бурятия, составлял 4,95 руб./ кВт·ч, а для жителей Забайкальского края – 3,80 руб./ кВт·ч.

Как уже отмечалось, на цену электрической энергии влияет планируемый объем потребления, который, в первую очередь, зависит от численности населения региона. Численность населения Иркутской области выше численности населения Республики Бурятия и Забайкальского края в совокупности. Так, в 2022 году численность постоянного населения Иркутской области составила 2 360 тыс. человек, Республики Бурятия – 1 040 тыс. человек, Забайкальского края – 982,63 тыс. человек (разница составила 337,37 тыс. человек), что видно по данным табл. 2.

Таблица 2

Показатели социально-экономического развития регионов в 2022 году,
млрд рублей*

Показатели	Иркутская область	Забайкальский край	Республика Бурятия
ВРП, млрд рублей	1 975,91	605,82	269,54
Численность населения, тыс. человек	2 360	1 040	982,63
Выручка, млрд рублей	2 540	656,93	447,08
Прибыль, млрд рублей	101,41	85,64	66,24
Количество юр. лиц, тыс.	46,80	12,48	19,30

* Составлено по данным: [15; 16].

Во-вторых, на количество потребляемой электроэнергии влияет и экономическая активность населения, которую характеризуют такие показатели, как – ВРП, выручка, прибыль, количество юридических лиц. Так, по величине выручки Иркутская область занимает 21 место среди всех регионов России, Забайкальский край – 57 место, Республика Бурятия – 64 место [16]. В 2022 году общая выручка по Иркутской области составила 2540 млрд рублей, Забайкальского края – 656,93 млрд рублей, Республики Бурятия – 447,08 млрд рублей [15]. Большое количество предприятий на территории Иркутской области позволяет

покрывать часть расходов за их счет, тем самым снижая нагрузку на население – так работает перекрестное субсидирование.

Данные факты обуславливают более высокую стоимость и меньшие объемы реализации электро- и теплоэнергии ПАО «ТГК-14» в сравнении с ООО «БЭК», данные о которых представлены в табл. 3. Выручка ПАО «ТГК-14» в 2021 году была меньше выручки ООО «БЭК» в 3,2 раза, а в 2022 – в 3,4 раза. В 2022 году рост выручки в ПАО «ТГК-14» и ООО «БЭК» был вызван в основном за счет роста цены по РСВ, что является следствием повышенного спроса на электроэнергию и невозможностью покрыть его за счет электроэнергии, вырабатываемой ГЭС. В 2022 году причиной снижения выработки электроэнергии на ГЭС послужила маловодность рек в ОЭС Сибири.

Таблица 3

Структура отчета о финансовых результатах за период 2022–2023 гг,
тыс. рублей*

Показатели	2022 г.	Доля в вы- ручке, %	2023 г.	Доля в вы- ручке, %
Выручка от продаж	47 977 869	100,00	58 283 936	100,00
Себестоимость	– 44 152 036	92,03	– 52 933 694	90,82
Валовая прибыль	3 825 653	7,97	5 350 242	9,18
Коммерческие расходы	– 1 094 706	2,28	– 1 253 141	2,15
Управленческие расходы	– 719 427	3,58	– 1 876 605	3,22
Прибыль от продаж	1 011 520	2,11	2 220 496	3,81
Проценты к получению	411 198	0,86	175 724	0,30
Проценты к уплате	– 1 049 272	2,19	– 1 223 822	2,10
Прочие доходы	818 388	1,71	1 264 455	2,17
Прочие расходы	– 1 165 608	2,43	– 1 160 830	1,99
Прибыль до налогообложения	26 226	0,05	1 276 023	2,19
Налог на прибыль	– 40 071	0,08	– 290 782	0,50
Прочее	– 78	-0,00	– 17	0,00
Чистая прибыль (убыток)	– 14 023	0,03	985 224	1,69

*Составлено по данным: [17].

Несмотря на меньшее значение выручки, в 2019–2022 годы ПАО «ТГК-14», в отличие от ООО «БЭК» имело положительный финансовый результат. Убыток ООО «БЭК» в 2019–2020 годы был связан с незаконченным процессом реорганизации, а в 2022 – с повышением ключевой ставки ЦБ России. Это означает, что наличие или отсутствие чистой прибыли является недостаточным фактом для утверждения, что ПАО «ТГК-14» ведет свою деятельность более эффективно, чем ООО «БЭК».

Выводы: тепло-1 и электроэнергетика играют важную роль в социально-экономическом развитии страны и региона. Основным показателем, связывающим состояние национальной экономики и энергетической отрасли, является энергоёмкость, снижение которой оказывает положительный эффект на рост ВВП. На данный момент наблюдается отставание темпов повышения энергоэффективности ВВП России от ведущих экономических держав. Гетерогенность энергопотребления наблюдается не только на уровне мировой экономики, но и внутри одной страны, что обусловлено региональными особенностями. Иркутская область отличается самым большим значением среднедушевого потребления, самой низкой стоимостью электроэнергии и высокой энергоёмкостью. Наличие на территории трех крупных ГЭС, возможность дифференцировать тарифы по категориям потребителей являются причинами низких тарифов в регионе.

Список использованной литературы

1. Ярохович Е.А. Выручка как один из источников формирования финансовых ресурсов предприятия / Е.А. Ярохович, О.А. Теляк // Экономика и социум. – 2020. – №. 5 (72) – Ч. 3. – С 190–193. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyruchka-kak-odin-iz-istochnikov-formirovaniya-finansovyh-resursov-predpriyatiya> (дата обращения: 17.10.2024).
2. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов // Министерство экономического развития РФ. – Москва, 2022. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/ea2fd3ce38f2e28d51c312acf2be0917/prognoz_socialno_ekonom_razvitiya_rf_2023-2025.pdf (дата обращения: 22.10.2024).
3. Федеральная служба государственной статистики. – Москва, 2024. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts> (дата обращения: 17.10.2024)]
4. Социально-экономическое положение России // Федеральная служба государственной статистики. – Москва, 2023. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-01-2023.pdf> (дата обращения: 28.10.2024).
5. Дзюба А.П. Электроэнергетика как фактор развития экономики России / А.П. Дзюба // Экономика и право. – 2020. – Т. 30, № 2. – С. 191–199. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektroenergetika-kak-faktor-razvitiya-ekonomiki-rossii> (дата обращения: 26.10.2024).
6. Баймухаметова Л. Российская экономика / Л. Баймухаметова, А. Диваков, Д. Орехов // НКР. – Москва. – 2022. – URL: [NCR_Resilience_150622.pdf](https://www.nkr.ru/ru/analizy/NCR_Resilience_150622.pdf) (ratings.ru) (дата обращения: 04.10.2024).
7. Разумовская Е. А. Финансовое планирование и прогнозирование: учеб. пособие / Е.А. Разумовская, М.С. Шуклин, В.И. Баженова, Е.С. Панфилова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 284 с.
8. Об утверждении схемы и программы развития электроэнергетики Иркутской области на 2022–2026 годы : Указ Губернатора Иркутской области от 29 апр. 2021 № 128-уг // СПС «Гарант».

9. Рекорд потребления мощности в энергосистеме России обновлен второй раз за декабрь // Системный оператор Единой энергетической системы. – Москва, 2023 – URL: <https://www.so-ups.ru/news/press-release/press-release-view/news/23695> (дата обращения: 23.10.2024).

10. Самым энергорасточительным регионом России стала Иркутская область // Накануне.RU – Екатеринбург, 2023. – URL: <https://www.nakanune.ru/news/2023/10/04/22739439> (дата обращения: 24.10.2024).

11. Ранжирование субъектов РФ по энергоёмкости ВРП, суммарным и удельным выбросам парниковых газов от сжигания топлива // CENEФ-XXI. – Москва, 2023. – URL: <https://cenef-xxi.ru/en/articles/ranzhirovanie-subuektov-rf-po-energoemkosti-vrp-summarnym-i-udelnym-vybrosam-parnikovyyh-gazov-ot-szhiganiya-topliva> (дата обращения: 19.10.2024).

12. Энергосистема региона // Инвестиционный портал Иркутской области. – Иркутск, 2024. – URL: <https://invest.irkobl.ru/about-region/invest-potential/energy-system> (дата обращения: 21.10.2024).

13. Тарифы на электрическую энергию для населения в 2023 году // P4ENERGY. – Москва, 2023. – URL: <https://p4energy.ru/2023/05/ee2023/?ysclid=lx05qun4uz162183512> (дата обращения: 28.10.2024)].

14. Об утверждении правил оптового рынка электрической энергии и мощности и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам организации функционирования оптового рынка электрической энергии и мощности : Постановление Правительства РФ от 27 дек. 2010 г. № 1172 (ред. от 28.10.2024) // СПС «КонсультантПлюс».

15. Компании Иркутской области // Интерфакс. – Москва, 2024. – URL: <https://group.interfax.ru/interfax/info/contacts> (дата обращения: 04.10.2024).

16. Рейтинг социально-экономического развития регионов в 2022 году // Реальное время. – Казань, 2023. – URL: <https://realnoevremya.ru/attachments/1760?ysclid=luo9qxltmt572433453> (дата обращения: 04.10.2024).

17. Бухгалтерская отчетность ООО «Байкальская энергетическая компания» за 2023 год. – Иркутск, 2024. – URL: БЭК_Аудиторское заключение_2023.pdf (bes-company.ru) (дата обращения: 18.05.2024).

Информация об авторе

Авдюшина Марина Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: AvdushinaMA@mail.ru.

Author

Marina A. Avdushina – PhD Econ., associate professor, Chair of Finance and finance institutes, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: AvdushinaMA@bgu.ru.

ВЛИЯНИЕ СКОРОСТИ ПОДАЧИ НА РЕЗАНИЕ МЕТАЛЛОВ

Аннотация. Автоматизация проектирования и оптимизации цикла управления радиальным и осевым подачами для операций станков с ЧПУ является одной из важнейших задач в производстве автоматизированного оборудования. В области производства и обработки оптимизация цикла шлифования имеет решающее значение для достижения максимальной эффективности. В данной статье рассматриваются различные методы программирования как эффективные подходы для достижения этой цели. Важно повысить эффективность обработки деталей, учитывая такие факторы, как производительность, экономическая эффективность, точность и качество механических поверхностей, применяя теорию управления и технологии к процессу шлифования внешних цилиндрических поверхностей. Некоторые модели могут моделировать силы резания и технологические ограничения, они не предоставляют комплексных решений для повышения производительности. Для решения этой проблемы был разработан метод, основанный на динамическом программировании, для оптимизации поэтапных циклов обработки при внутреннем шлифовании. Этот метод позволяет быстро рассчитать параметры резания, выбрать размеры шлифовального круга (например, диаметр и ширину) и настроить технические условия (например, величину перебега круга и конструктивные параметры).

Ключевые слова: шлифование, цикл, оптимизация, программирование, осевой, этап, радиальная, подача, ЧПУ.

М.К. Alsigar

INFLUENCE OF FEED RATE ON METAL CUTTING

Abstract. Automating the complete design and optimization of the radial and axial feed control cycle for CNC machine operations is one of the most important tasks in the production of automated machinery. In manufacturing and machining, optimizing the grinding cycle is critical for achieving maximum efficiency. This article discusses various programming methods as effective approaches to achieving this goal. It is essential to enhance the efficiency of part processing, considering factors such as productivity, cost-effectiveness, accuracy, and the quality of mechanical surfaces, while applying control theory and technology to the external cylindrical grinding process. This method allows rapid calculations of cutting parameters, selection of grinding wheel dimensions (e.g., diameter and width), and adjustment of technical conditions (e.g., wheel overrun values and design parameters). Overall, this method offers a systematic approach to maximize efficiency and stability in high-speed manufacturing, in line with the requirements of modern advanced manufacturing.

Keywords: grinding, cycle, optimization, programming, axial, stage, radial, feed, CNC.

Introduction

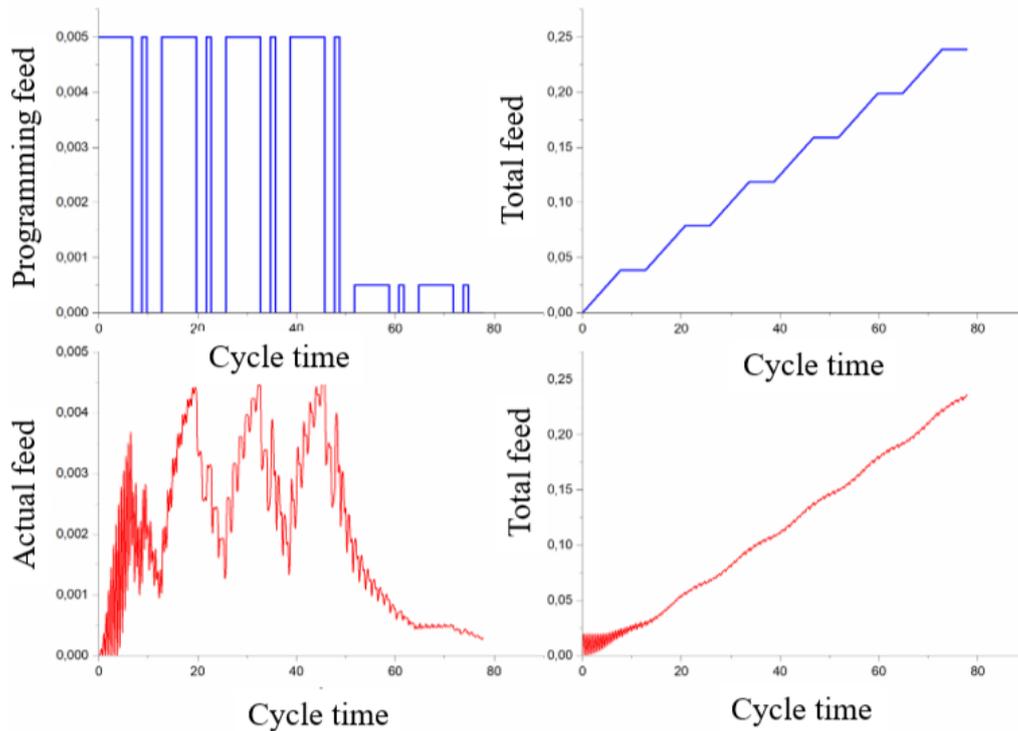
At this stage in the development of the machine-manufacturing industry, optimizing machining parameters has become essential. The emergence of advanced machinery and milling tools, capable of high-speed processing, has rendered traditional reference materials outdated, as these resources are based on statistical data from the 1970s through the 1990s for universal and semi-automatic machine tools. As a result,

companies often rely on trial and error to determine processing parameters that align with quality and accuracy requirements—a practice that can lead to inconsistent outcomes and increased production costs. Currently, there is a lack of theoretical frameworks for developing optimal CNC programmed for different processing types [1–7]. While some models can simulate cutting forces and technological constraints, they do not provide comprehensive productivity solutions [8–16]. To address this gap, a method, based on dynamic programming, has been developed to optimized machining cycles in internal milling. This optimization method allows rapid calculation of cutting parameters, selection of grinding wheel dimensions (e.g., diameter and width), and adjustment of technical conditions (e.g., wheel overrun values, design parameters). This optimization method provides a systematic approach to enhance efficiency and consistency in high-speed machining, aligning with the evolving demands of modern manufacturing [17].

In this approach, further efforts will focus on developing computer-aided design (CAD) systems and standardized manufacturing protocols for grinding that align with modern production requirements. Key aspects of constructing grinding cycles in a three-dimensional coordinate system are illustrated in Figure 1. Modern machining enables processing parameters to be controlled independently or in relation to the size of the material allowance. However, in some machining cycles, the control parameters become interdependent, as does their relationship to the removed allowance [18–21].

For instance, in a basic three-step grinding cycle, Figure 1 illustrates: firstly, the spatial trajectory of the control program as a network of interconnected parameters; and secondly, variations in one parameter's dependence on others (e.g., axial feed rate influenced by both the allowance and the programmed radial feed rate). The actual radial feed, affected by the radial component of the cutting force, often diverges from the programmed feed due to the grinding wheel's elastic deformation. Since the cycle operates in a three-dimensional coordinate system, the actual radial feed rate extends to the spatial representation. Due to the variability of the manufacturing process, optimal cycle design requires consideration of the initial deflection and the starting point of the finished part.

In this approach, further efforts will focus on the development of computer-aided design systems and standard manufacturing protocols for grinding with modern production needs. The main characteristics of the construction of internal milling cycles in a coordinate system are illustrated in Figure 1. Modern machining centre's allow processing parameters to be controlled either independently or in correlation with the material allowance. However, in some machining cycles, control parameters become interdependent, as does their relationship with the amount of removed allowance.



Evolution of control models for cylindrical grinding with varying feed rates

Finding the optimal values of parameters is one of the important tasks to be solved when creating new technical systems, managing production or technological processes. To calculate the optimal cycle parameters, it is necessary to:

- Formulate an optimality criterion (objective function);
- Define a set of technological constraints for the objective function;
- Select an appropriate method;
- Choose a power model of the process to determine control patterns in grinding and to simulate key performance constraints;
- Develop models for a set of technological constraints;
- Design an algorithm and program to optimize the grinding cycle parameters according to the target function and technological constraints.

Conclusions

This article reviews developments in the optimization of CNC machining parameters for external cylindrical grinding. To remedy this, a new programming method has been introduced to simplify the optimization of manufacturing cycles. The method enables fast calculations of cutting parameters and adapts to multi-dimensional optimization requirements. The approach prioritizes the reduction of processing time and integrates different technological constraints, ultimately enhancing production efficiency.

References

1. Alsigar, M.K. (2018). Improvement of the Quality of Designed Cylindrical Grinding Cycle with Traverse Feeding Based on the Use of Digital Twin Options. *MATEC Web of Conferences*, Volume 224, Article Number 01033. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201822401033>.
2. Chen G., Li P. (2010) Deformation simulation for an internal grinding circle by finite element method. *Mod Mach* 43(5–6):455.
3. Alsigar, M., Pereverzev, P., Almawash, A., Alkadhim, M. (2020). An approach to complex model ECGA for the stable and unstable grinding conditions. *International Conference on Modern Trends in Manufacturing Technologies and Equipment (ICMT-MTE 2020)*, Volume 971, Issue 230, Article number 022037. November 2020. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/971/2/022037>.
4. Lurie G.B. (1960) The theory of the working cycle during circular grinding and its automation. *Mashinostroitel* 2:87-108.
5. Lee T.S., Ting T.P., Lin Y.J., Htay T (2007) *Intern. J. Adv. Manuf. Techno* 33:1128
6. Alsigar, M. K., Pereverzev, P. P. (2019). Designing of Optimal Grinding Cycles, Sustainable to Unstable Mechanical Processing on the Basis of Synthesis of Digital Double Technology, and Dynamic Programming Method. *5th International Conference on Industrial Engineering (ICIE 2019)*, Sochi, 25–29 March 2019, pp. 225–232. https://doi.org/10.1007/978-3-030-22063-1_25.
7. Malkin, S., Guo, C. (2008): *Grinding Technology: Theory and Applications of Machining with Abrasives*. Industrial Press, New York, USA.
8. Alsigar, M., Pereverzev, P. (2021). Optimal Design of Grinding Systems with Use of Mathematical Complex Models ECGA. *Proceedings of the 2020 International Conference on Modern Trends in Manufacturing Technologies and Equipment (ICMT-MTE 2020)*, Volume 38, pp. 1521–1525. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.08.142>
9. Alsigar, M., Pereverzev, P. (2020). An Approach to Complex Model ECGA for Stable and Unstable Grinding Conditions. **IOP Conference Series: Materials Science and Engineering**, Volume 971, Issue 2, Article Number 022037. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/971/2/022037>.
10. Alsigar, M., Pereverzev, P. (2020). Model of Processing Accuracy Prediction with Consideration of Multi-stage Process of Circular Grinding with Axial Feed. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, Volume 709, Issue 3, Article Number 033006. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/709/3/033006>.
11. Alsigar, M.K., Pereverzev, P.P. (2019). Modeling Relationship between Different Stages of Cylindrical Grinding Process with Axial Feed in Reversal Zones. *Lecture Notes in Mechanical Engineering*, Volume 9783319956299, pp. 1715–1722. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95630-5_184.
12. Akintseva A.V., Pereverzev P.P. Complex Optimization of Parameters for Controlling the Cycle of Internal Grinding by the Method of Dynamic Programming // *MATEC Web of Conferences* 129, 01019 (2017).

13. Uhlmann, E., Koprowski, S., Weingaertner, W. L., and Rolon, D. A.: Modelling and simulation of grinding processes with mounted points: Part I of II – Grinding tool surface characterization, Proc. CIRP, 46, 599–602, <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.03.205>, 2016.
14. Fadyushin OS (1992) Development of a calculation method for assigning the grinding wheel characteristic according to the thermal limit for computer-aided design of grinding operation. Publishing house of the SUSU, Chelyabinsk.
15. Alsigar, M.K., Pereverzev, P.P. (2021). Multi-stages to Ensure Quality Control of Designing and Production at External Cylindrical Grinding Machines. Proceedings of the 6th International Conference on Industrial Engineering (ICIE 2020), pp. 370–377. https://doi.org/10.1007/978-3-030-54817-9_43.
16. Rowe W.B., Yan L., Malkin S. (1994) Applications of artificial intelligence in grinding. Ann CIRP 43(2):521–531.
17. Allanson D., Thomas A. (1994) Simulation of feed cycles for grinding between centres. Int J Mach Tools Manuf 34(5):603–616.
18. Pereverzev P.P (2019) Designing optimal automatic cycles of round grinding based on the synthesis of digital twin technologies and dynamic programming method. Mech Sci 10:331–341. doi:10.5194/ms-10-331.
19. Maillot M (1997) Online prediction of surface finish in grinding using network-based sensor. Int J Mach Tools Manuf 37(9):1201–1217.
20. Hahn R (1964) On the nature of the grinding process. In: Proceedings of the international machine tool design and research conference, p. 129–154.
21. Alsigar, M., Alhafadhi, M., Pereverzev, P. (2024). Developing Optimal Automated Cycles for Achieving Maximum Efficiency Using Dynamic Programming. Proceedings of the 6th International Conference on Industrial Engineering (ICIE 2024), pp. 542–554. https://doi.org/10.1007/978-3-031-65870-9_50.

Информация об авторе

Альсигар Масар Кадим – преподаватель, кандидат технических наук (ЮУрГУ), факультет машиностроения, Шумерский университет, Ди-Кар, Республика Ирак, e-mail: masar8937@gmail.com.

Author

Alsigar Masar Kadhim – Lecturer, PhD in Technical Sciences, Faculty of Mechanical Engineering, Dhi Qar, Republic of Iraq, e-mail: masar8937@gmail.com.

ВЛИЯНИЕ КОНТРОЛИРУЮЩИХ ОРГАНОВ НА ДИНАМИКУ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Последнее десятилетие экономика нашей страны переживает сложные времена, связанные с беспрецедентной санкционной политикой в отношении нашего государства, пандемией COVID-19, политической и внешнеэкономической ситуацией возникшей после февраля 2022 года. Ввиду чего, для поддержания экономического роста России, ее регионов следует развивать предпринимательскую инициативу населения.

Роль малого и среднего предпринимательства в экономике выражается, через освоение и распространение инноваций, повышение конкурентоспособности и качества товаров, улучшение уровня жизни населения.

Ключевые слова: малый бизнес, критерии, роль предпринимательства, государственная поддержка.

М.А. Antonov

THE INFLUENCE OF REGULATORY AUTHORITIES ON THE DYNAMICS OF THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. Over the past decade, our country's economy has been going through difficult times associated with the unprecedented sanctions policy against our state, the COVID-19 pandemic, and the political and foreign economic situation that arose after February 2022. In view of this, in order to maintain the economic growth of Russia and its regions, the entrepreneurial initiative of the population should be developed.

The role of small and medium-sized businesses in the economy is expressed through the development and dissemination of innovations, increasing the competitiveness and quality of goods, and improving the standard of living of the population.

Keywords: small business, criteria, the role of entrepreneurship, government support.

Введение

Малое и среднее предпринимательство – это особенное направление социально-экономической деятельности государства. Оно обладает определенными свойствами, имеет большой вклад в обеспечении и росте благосостояние государства, его населения, наделено запасом идей, накопленным человеческим потенциалом. Ввиду чего данный вид деятельности считается значимым фактором, направленным на социально-экономическое развития страны.

В самой трактовке малых и средних предприятий, как зарубежными писателями, так и нашими российскими исследователями, выражены важные ха-

рактики и количество этих признаков велико, что в свою очередь ведет к определенным затруднениям в части формирования полного и всестороннего определения.

Так О.В. Богданова определяет, что под малым бизнесом следует понимать специфическую форму ведения предпринимательства, в которой собственник дела не только вкладывает собственные денежные ресурсы, но и контролирует лично их распределение, непосредственно руководит всеми главными экономико-хозяйственными процессами, несет все финансовые и прочие риски и в случае неэффективности может потерпеть крах, успех же – его личный результат [1, с. 54].

Л.И. Гончаренко, А.В. Гурнак, Л.М. Архипцева высказывают мнение, что малое предпринимательство – это побуждение и непосредственно процесс самостоятельного осуществления деятельности производственного или иного характера определенного проекта на конкретных формализованных началах [2, с. 31].

В разных странах разные критерии для отнесения хозяйствующих субъектов к субъектам МСП. Есть качественные и количественные критерии. Но в большинстве стран среди количественных критериев выделяют: количество работников, размер выручки / объема продаж, величина активов / капиталовложений.

В Европейском Союзе основными факторами, определяющими, является ли предприятие МСП, являются [4, с. 36]:

- численность персонала;
- оборот или общий баланс.

Европейская комиссия определяет МСП как предприятия, в которых занято менее 250 человек. Согласно Рекомендации Еврокомиссии от 6 мая 2003 года, они должны иметь годовой оборот до 50 миллионов евро или общий баланс не более 43 миллионов евро [5, с. 177].

В соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ, принято считать (рис. 1) [6]:

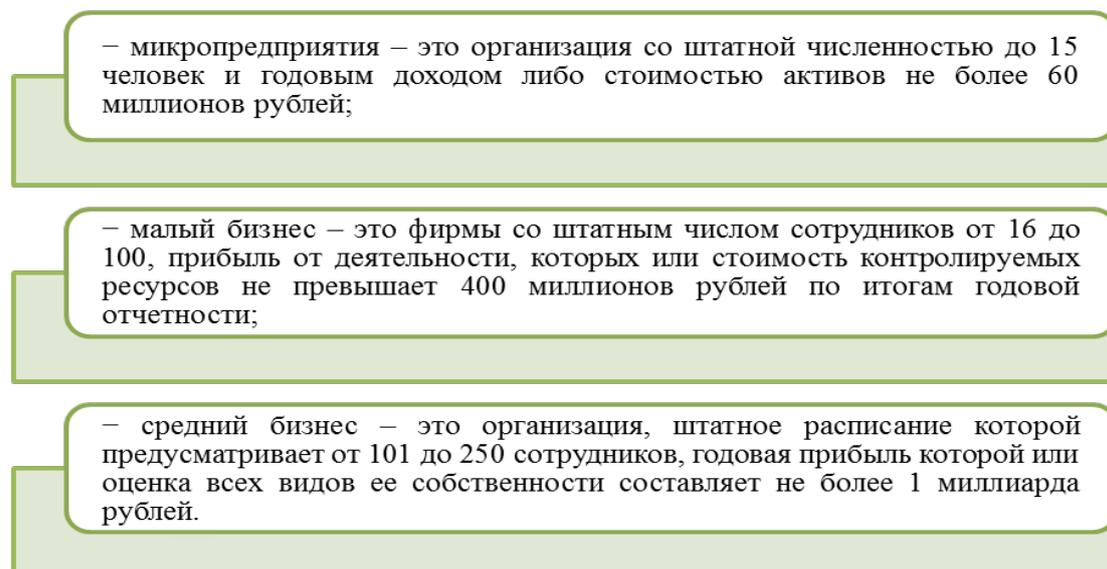


Рис. 1. Классификация МСП согласно ФЗ

Цель и задачи исследования

Целью исследования является анализ влияния контролирующих органов на динамику развития малого и среднего бизнеса в Российской Федерации.

Были решены следующие задачи: исследовать понятие малое и среднее предпринимательства, которые дают российские и зарубежные авторы; исследовать нормативно-правовую базу регулирования малого бизнеса в РФ; выявить существующую систему регулирования и поддержки малого бизнеса.

Методы исследования

При написании статьи использованы описательный метод, методы сравнительного анализа, синтеза, абстрагирования, дедукции и индукции.

Полученные результаты

Малое и среднее предпринимательство – это деятельность, направленная на получение финансового результата от производства и реализации товаров, работ, услуг с целью повышения стоимости компании.

Деятельность субъектов малого предпринимательства в нашей стране регулируется при помощи нормативно-правовой базы, основой которой служит Конституция РФ. Также в сфере предпринимательской деятельности одним из базовых законодательных актов является Гражданский кодекс РФ (далее – ГК РФ) [7].

Функционирование системы МСП осуществляется в соответствии с федеральными законами (ФЗ), нормативно-правовыми актами, принимаемых на основании данных ФЗ, законами и нормативно – правовыми актами субъектов РФ, актами органов местного самоуправления.

В России создан открытый и публичный реестр МСП. Им управляет федеральная налоговая служба (ФНС). Компании, входящие в него, могут рассчитывать на льготы, снижение налогов и различные бонусы от государства.

Действующая в нашей стране система регулирования и поддержки малого бизнеса, оказывает положительное влияние на развитие предпринимательства на современном этапе. Данная система мер реализуется на всех уровнях управления и имеет свои особенности в каждом регионе.

Вся государственная политика, затрагивающая и поддерживающая сферу МСП, осуществляется посредством программного управления, которое подразделяются на федеральные, региональные, отраслевые и муниципальные программы.

Национальный проект «Малый бизнес и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», созданный по инициативе и поддержке президиума Совета при Президенте РФ, инициировал формирование множества мероприятий для поддержки МСП. По итогам года президиум подведет итоги о состоянии и развитии малого и среднего предпринимательства в стране и регионал, а также наметит меры, направленные на изменения ситуации в лучшую сторону.

Малые и средние предприятия в России различны и представлены во многих сферах деятельности различными формами, а именно это индивидуальные

предприниматели, микропредприятия, сельскохозяйственные предприятия, потребительские кооперативы и др. На рисунке 2 отражено количество субъектов малого и среднего бизнеса на сентябрь 2024г. согласно данным Росстата.

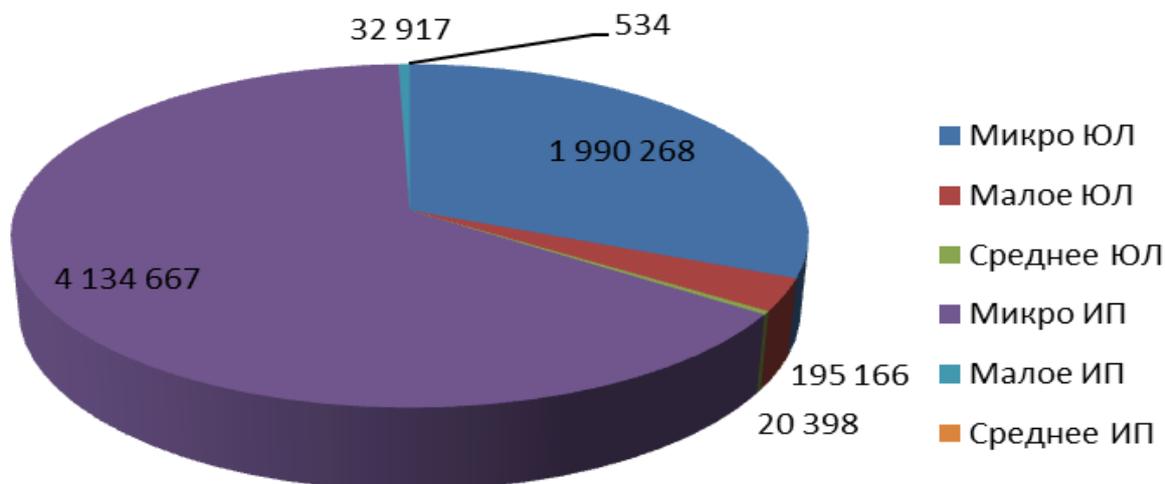


Рис. 2. Количество субъектов малого предпринимательства в сентябре 2024 г. [8]

Наибольшая доля в общем количестве субъектов малого предпринимательства приходится на микропредприятия (95,43 %), наименьшая на потребительские кооперативы (0,06 %).

Перечислим меры государственной поддержки для тех, кто числится в этом реестре:

- облегчённый налоговый режим (нередки нулевые ставки по некоторым налогам);
- сниженные страховые взносы за работников;
- упрощение расчётно-кассового обслуживания (ИП могут работать без кассовых книг);
- ИП после открытия два года не платит налоги;
- вклады МСП на сумму до 1,4 миллиона Р застрахованы Агентством по страхованию вкладов;
- освобождение от бумажной волокиты;
- облегчение кредитования по сниженным ставкам, субсидии от государства;
- возможность государственных заказов;
- лизинг по льготным условиям;
- льготы на аренду государственной, региональной и местной недвижимости от пяти лет (через два года её можно выкупить);
- мораторий чиновникам на проверки бизнеса.

Выводы

Основным сектором экономики, определяющим вектор развития страны, является малое и среднее предпринимательство. Развитие малого бизнеса – это развитие инноваций, стабильность социальной сферы.

Предприятия МСП более мобильны, способны быстрее подстраиваться под современные экономические реалии, Предприниматель в любой момент, в зависимости от определенных событий, у них есть возможность изменить свое назначение.

Субъекты малого и среднего предпринимательства более ориентированы на потребности населения, мобильны, ведут свою деятельность на малых и отдаленных территориях, более конкурентны. Все это влечет за собой улучшение качества продукции, разнообразие товаров, услуг.

Список использованной литературы

1. Богданова О.В. Современное состояние, проблемы и перспективы развития крестьянских (фермерских) хозяйств / О.В. Баранова // Экономические исследования. – 2020. – № 1. – С. 50–59.
2. Плетнев Д.А. Критерии малого и среднего бизнеса в разных странах и его масштабы: сравнительное исследование / Д.А. Плетнев, В.И. Бархатов, К.А. Наумова // Вестник ЧелГУ. 2021. № 6 (452). – С. 30–36.
3. What Is A Small Business? // United States Government. – URL: <https://www.state.gov/what-is-a-small-business> (дата обращения: 15.09.2024).
4. Вайпан В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства : учеб.-метод. комплекс (учеб. пособие в рамках дисциплины «Предпринимательское право Российской Федерации») / В.А. Вайпан – Москва : Юстицинформ, 2019.
5. Майданевич Ю.П. Малый бизнес: понятие и преимущества / Ю.П. Майданевич // АНИ: экономика и управление. – 2017. – № 2 (19). С. 177–180.
6. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (последняя редакция) // Консультант Плюс.
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020) (принят Гос. Думой 21 октября 1994 г.) // Консультант Плюс.
8. Федеральная Налоговая Служба. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. – URL: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html> (дата обращения: 29.09.2024).

Информация об авторе

Антонов Максим Анатольевич – магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: antonov@am38.ru.

Научный руководитель

Шуплецов Александр Федорович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятель-

ности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

Author

Maksim A. Antonov – Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and business activities, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: antonov@am38.ru.

Scientific supervisor

Aleksandr F. Shupletsov – D.Sc. in Economics, Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В МОНГОЛИИ В 2009–2024 ГОДАХ

Аннотация. В статье рассматриваются основные вопросы экономики управления и предпринимательства в сфере финансовых рынков, торговли и предоставления частных услуг, развитие малого и среднего бизнеса Монголии, а также приводится аналитика изменения экономической ситуации МСБ за период 2009–2024 гг. Несмотря на возросшую юридическую, налоговую помощь со стороны государства, проблема государственной поддержки МСБ Монголии, по-прежнему, остается очень актуальной.

Ключевые слова: малый и средний бизнес(МСБ), проблемы, вопросы, Агентство по развитию МСБ Монголии, Столичный центр по развитию МСБ Монголии.

Bayandorj Baigalmaa,
V.I. Samarukha

DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN MONGOLIA FOR 2009–2024

Abstract. The article considers the main issues of economics of management and entrepreneurship in the field of financial markets, trade and the provision of private services, the development of small and medium-sized businesses in Mongolia, and provides an analysis of changes in the economic situation of SMEs for the period 2009–2024.

Despite the increased legal and tax assistance from the state, the problem of state support for SMEs in Mongolia remains very relevant.

Keywords: small and medium-sized businesses, problems, the Agency for the Development of SMEs of Mongolia, the Capital Center for the Development of SMEs of Mongolia.

Введение

Вопросы в ведении бизнеса существуют в любой стране. Согласно официальным данным комитета Национальной статистики на 2022 год в Монголии работают 69 539 организаций, занимающихся малым и средним бизнесом. За период 2015–2024 гг. ВВП, созданный предпринимателями МСБ, существенно не изменился (4,7 % от ВВП в 2015 г, 5,5 % от ВВП в 2024 г) [1].

Цель исследования

При содействии и активной помощи государственных учреждений (Агентство по развитию МСБ Монголии и Столичный центр по развитию МСБ Монголии), было проведено собрание представителей МСБ Монголии 20.09.2024 года [2].

На данном собрании были заслушаны предприниматели, выявлены и за- протоколированы проблемы современного состояния МСБ Монголии.

Проведем сравнительный анализ изменения проблем в развитии МСБ Мон- голии за 2009 и 2024 гг, и выясним, как изменилась ситуация за прошедшие 15 лет.

На основании сравнительного анализа проблем за указанный период состав- им отчет для агентства МСБ со своими предложениями по устранению проблем в современном развитии МСБ Монголии.

Методы исследования

Исследование включило в себя количественное сравнение микро-, малых и средних предприятий в Улан-Баторе за 2009–2024 гг.

Полученные результаты

В результате социологического опроса предпринимателей Монголии, про- веденного в 2009 году [3], были выявлены следующие проблемы (табл. 1).

Таблица 1

Наличие проблем в МСБ Монголии на 2009 г, %

№	Тип проблемы	От числа опрошенных, %
1	Нехватка финансовых ресурсов	44,5
2	Трудность в получении кредитов	32,0
3	Нестабильность экономической ситуации	25,8
4	Низкий уровень государственной поддержки	22,8
5	Недостаточность технической оснащённости	15,8
6	Прочие проблемы	7,3

Источник: Ариунтуяа цэдэндамба. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в монголии. Baikal research journal. 2012 г. [3].

В проведенном в 2022 году «опросе для определения финансовых потреб- ностей МСП в Улан-Баторе», проведенном по заказу городского центра сервис- ной поддержки малого и среднего бизнеса, приняли участие 300 МСБ. По ре- зультатам опроса выяснено, что 76 % МСБ нуждаются в финансировани своих предприятий [4].

За 13 лет, с 2009 года к 2022 году, проблема с нехваткой финансовых ресур- сов возросла с 44,5 % до 76 %.

В собрании «Проблемы предпринимателей в развитии малого и сред- него бизнеса современной Монголии «Деловой Улан-Батор», прошедшем 20.09.2024 года, принимали участие 123 представителя МСБ Монголии. Пред- принимателями и руководством государственных учреждений по развитию МСБ Монголии обсуждалось 14 видов проблем (табл. 2).

Таблица 2

Наличие проблем в МСБ Монголии в 2024 г.

№	Тип проблемы	Количество запросов по проблеме от МСБ, единиц	Количество запросов по проблеме от МСБ, %
1	Нехватка финансовых ресурсов	1	0,8
2	Трудность в получении кредитов	19	15,5
3	Трудность в получении торговых площадей	19	15,5
4	Трудность в создании рабочих помещений	9	7,3
5	Недостаточность технической оснащённости (Предоставление оборудования)	4	3,3
6	Проблемы с электричеством	4	3,3
7	Земельные проблемы	7	5,7
8	Низкий уровень государственной поддержки	12	9,8
9	Приглашать на встречи	3	2,4
10	Установление кластера	6	4,9
11	Установление стандарта	5	4,1
12	Обучение	9	7,3
13	Высокие налоги	11	8,9
14	Другие	14	11,2
<i>Всего</i>		123	100

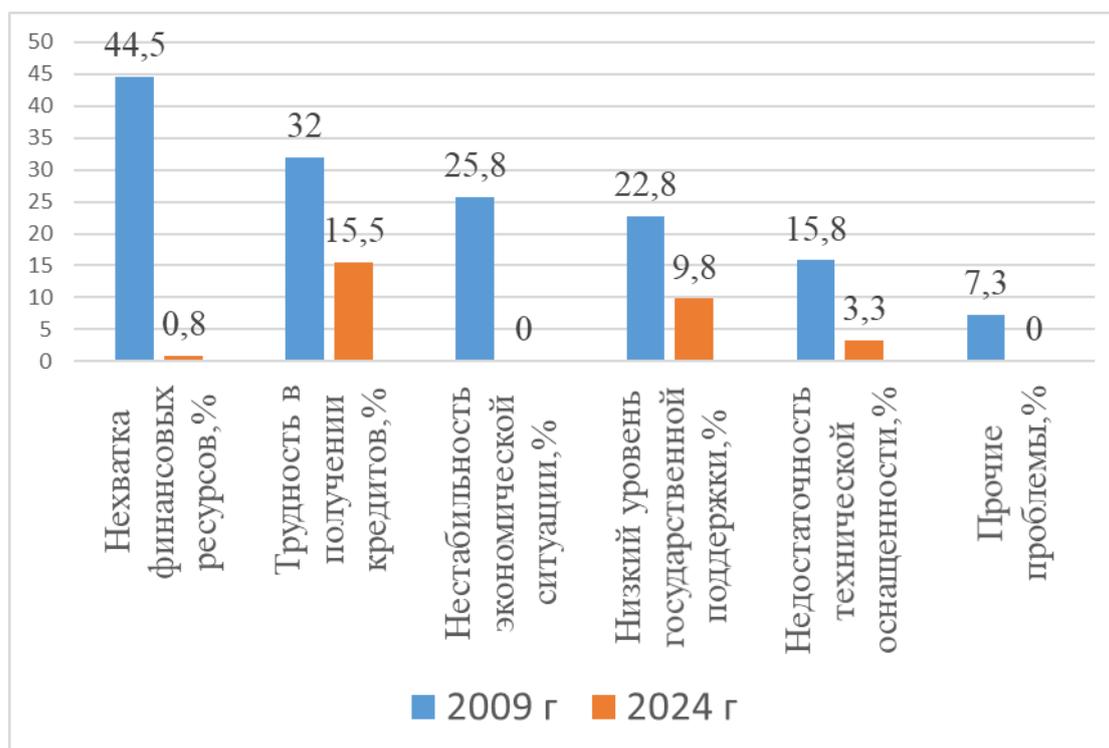
Источник: ПРОТОКОЛ от 20.09.2024 г. Собрания предпринимателей по теме «Проблемы предпринимателей в развитии малого и среднего бизнеса современной Монголии «Деловой Улан-Батор».

В табл. 3 и на рисунке показаны сравнительные данные социологических обследований проблем развития МСБ в 2009–2024 г.

Таблица 3

Динамика изменения проблем в МСБ Монголии за период 2009–2024 гг.

№	Тип проблемы	Количество опрошенных по проблеме МСБ, % в 2009 г.	Количество опрошенных по проблеме МСБ, % в 2024 г.
1	Нехватка финансовых ресурсов	44,5	0,8
2	Трудность в получении кредитов	32,0	15,5
3	Нестабильность экономической ситуации	25,8	–
4	Низкий уровень государственной поддержки	22,8	9,8
5	Недостаточность технической оснащённости	15,8	3,3
6	Прочие проблемы	7,3	11,2



Изменения проблем в МСБ Монголии за период 2009–2024 гг.

За прошедшее 15 лет такая проблема, как нехватка финансовых ресурсов к 2024 году уменьшилась до 0,8 %. Финансовые ресурсы по-прежнему нужны малому бизнесу, в 2022 году эта проблема увеличилась до 76 %, но из-за продолжительного отсутствия помощи со стороны государства, эта проблема уже не озвучивается предпринимателями. Только один опрошенный предприниматель в 2024 году снова поднял эту тему.

По-прежнему остается очень актуальной проблема с получением кредитов малым бизнесом. Недостаточная информированность предпринимателей о банковских продуктах и отсутствие льготного кредитования делают невозможным кредитование МСБ Монголии. Несмотря на то, что количественный объем результатов опроса по проблемы трудности в получении кредитов упал с 32 % в 2009 году до 15,5 % в 2024 году, данная проблематика по-прежнему остается для предпринимателей очень острой.

Такая проблема, как низкий уровень государственной поддержки, несмотря на изменение показателей с 22,8 % в 2009 г. до 9,8 % в 2024 . Только возросла, так как сюда можно отнести практически все новые проблемы, общий удельный вес которых составляет 59,4 %. Таким образом, можно констатировать, что проблема с низким уровнем государственной поддержки значительно возросла, и составила в 2024 г. 69,2 %, став основополагающей проблемой в развитии МСБ страны.

Наряду с прежними, к 2024 году появились новые проблемы:

- Трудность в получении торговых площадей – 15,5 %.
- Трудность в создании рабочих помещений – 7,3 %.
- Проблемы с электричеством – 3,3 %.

- Земельные проблемы – 5,7 %.
- Приглашать на встречи – 2,4 %.
- Установление кластера – 4,9 %.
- Установление стандарта – 4,1 %.
- Обучение – 7,3 %.
- Высокие налоги – 8,9 %.

Проблема Кластеров сводится к низкой поддержке государством территориальных отечественных производителей продукции. Проблема Стандарта заключается в необходимости реформы и установления стандартов продукции по международному образцу для выхода на внешние рынки.

Выводы.

За период 2009–2024 гг. наблюдается значительное снижение количественных результатов опросов по целому ряду проблем малого и среднего бизнеса Монголии (нехватка финансовых ресурсов и проблемы в получении кредитов).

Ключевой проблемой остается вопрос низкой государственной поддержки МСБ Монголии, уровень которой возрос до 69,2 % в 2024 году.

На основании проведенного анализа был составлен и передан в агентство МСБ отчет о исследовании, были предложены следующие меры по устранению проблем в развитии МСБ.

Агентство по развитию МСБ Монголии и Столичный центр по развитию МСБ должны проанализировать систему кредитования предприятий МСБ, пересмотреть процентные ставки и сроки погашения кредитов.

Для повышения уровня государственной поддержки МСБ были предложены следующие меры: поддержка отечественного производителя путём продвижения бренда монгольской продукции и стимулирования ее продаж на международном рынке; необходимость в открытии центров продаж на территориях двух ближайших соседей – России и Китая; установление постоянного взаимодействия государственных органов и предпринимателей МСБ в развитии как внутренней, так и внешней торговли.

Реформа налоговой системы для предоставления льгот микро-, малому и среднему бизнесу.

Список использованной литературы

1. Официальный сайт: Национальное статистическое управление Монголии. – URL: <https://www.1212.mn/mn> (дата обращения: 20.10.2024).
2. ПРОТОКОЛ от 20.09.2024 г. Собрании предпринимателей по теме «Проблемы предпринимателей в развитии малого и среднего бизнеса современной Монголии «Деловой Улан-Батор».
3. Ариунтуяя Ц. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в монголии / Ц. Ариунтуяя // Baikal Research Journal. – 2012. – № 3. – URL: <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=13598> (дата обращения: 20.10.2024).

4. Официальный сайт: Единая национальная исследовательская платформа // Исследовательская работа по определению потребностей в финансировании мсб в Улан-Баторе. – URL: <https://sudalгаа.gov.mn/>(дата обращения: 03.10.2024).

Информация об авторах

Баяндорж Байгалмаа – аспирант, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: baikalbayan@gmail.com.

Самаруха Виктор Иванович – доктор экономических наук, профессор, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: samaruhaVI@bgu.ru.

Authors

Bayandorj Baigalmaа – Postgraduate Student, Department of Finance and Financial Institutes, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: baikalbayan@gmail.com.

Viktor I. Samarukha – Doctor in Economics, Professor, Department of World Economy and Economic Security, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: samaruhaVI@bgu.ru.

СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНФОКОММУНИКАЦИЙ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В данном исследовании проведен обзор состояния телекоммуникационной инфраструктуры в Иркутской области и в целом в Российской Федерации, оценена динамика развития базовых информационно-коммуникационных технологий и выявлена взаимосвязь с развитием экономики региона. Определено, что проводная телефонная связь утратила ведущую роль во влиянии на экономику, наблюдается снижение телефонной плотности в регионе. Мобильная связь достигла максимума развития, дальнейшее развитие невозможно из-за исчерпания абонентской базы. Драйвером развития пока остается широкополосный доступ в Интернет (ШПД).

Ключевые слова: инфокоммуникации, Иркутская область, ШПД, мобильная связь, ВРП.

E.V. Boldanova

STATE AND DEVELOPMENT OF INFOCOMMUNICATIONS IN THE IRKUTSK REGION

Abstract. This study provides an overview of the state of telecommunications infrastructure in the Irkutsk region and in the Russian Federation as a whole, assesses the dynamics of development of basic information and communication technologies and identifies the relationship with the development of the region's economy. It is determined that wired telephone communication has lost its leading role in influencing the economy, and a decrease in telephone density is observed in the region. Mobile communication has reached its maximum development, and further development is impossible due to the depletion of the subscriber base. Broadband Internet access (BIA) remains the driver of development for now.

Keywords: infocommunications, Irkutsk region, broadband, mobile communications, GRP.

Введение

Для развития экономики необходимо наличие развитой информационно-коммуникационной инфраструктуры. Концепция Индустрии 4.0 предполагает внедрение новых цифровых технологий с использованием уже существующей базовой телекоммуникационной инфраструктуры [1; 2].

Динамика цифровизации зависит от уровня развития региональной экономики и в то же время является катализатором экономического роста.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – оценить состояние инфокоммуникаций в Иркутской области и спрогнозировать их дальнейшее развитие.

Соответственно, задачи исследования:

- оценить динамику развития информационно-коммуникационной инфраструктуры по Иркутской области для бизнеса и для домохозяйств;
- сделать прогноз развития основных параметров базовой телекоммуникационной инфраструктуры;
- оценить вклад инфокоммуникаций в экономику региона.

Методы исследования

Информационно-коммуникационная инфраструктура Иркутской области является объектом исследования.

Исходные данные для исследования были получены из открытых источников статистической информации Федеральная служба государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/> [3].

В качестве основных показателей информационно-коммуникационной инфраструктуры были использованы данные об уровне проникновения телефонной связи и доступа в Интернет в регионе, а также информация об уровне использования цифровых технологий на предприятиях Иркутской области. Для сравнения были взяты средние данные по России. Доступны данные за последние 10–20 лет.

Для выявления тенденций применялся анализ временных рядов на основе корреляционно-регрессионного анализа.

При анализе использования инфокоммуникаций предприятиями Иркутской области выявлено соответствие показателей средним значениям по стране, что показано в таблице. Данные представлены за 2022 г.

Сравнение показателей уровня развития информационно-коммуникационной инфраструктуры в Иркутской области и РФ

	Российская Федерация	Иркутская область
Компании, имевшие сайт в Интернет, процент	45,6	43,5
Компании, использующие Интернет для бизнеса, процент	41,8	38,5
Компании, имевшие широкополосный доступ в Интернет, ШПД, процент	74,1	72,7
Госучреждения, имевшие высокоскоростной Интернет, процент	73,6	66,7
Учреждения здравоохранения, использующие Интернет, процент	95,7	97,4
Количество пользователей сотовой связи на 1000 чел.	2 151,97	1 996,25
Количество пользователей Интернет на 100 чел.	90	90
Доля домохозяйств, имевших ШПД, процент	85,5	89,6

Количество используемых компьютеров постепенно растет и в регионе, и в стране, при этом снижается число телефонных аппаратов, подключенных к сети (пик был пройден в 2007–2009 гг.). Растут объемы передачи информации, пере-

даваемой и по кабельным линиям связи, и по сетям мобильной связи. Количество пользователей мобильной связи и ШПД стабилизировалось.

Полученные результаты

В развитии инфокоммуникационных технологий был период, когда особо важное влияние на экономику имел уровень телефонной плотности в стране (количество телефонов на 100 чел.). Зависимость носила нелинейный характер и получила название диаграммы Джиппа по имени исследователя, впервые заметившего эту связь.

В настоящее время эпоха проводной телефонной связи заканчивается. В развитых странах уровень телефонной плотности достигал 80 телефонов на 100 чел., в некоторых развивающихся показатель достиг величины только в 15 тел./100 чел. [4]. Но сейчас и в тех, и в других странах он снижается. То же самое происходит и в нашей стране. Очевидно, что уже нет того влияния проводной телефонии на экономику.

Мобильная связь быстро вошла в нашу жизнь (по сравнению с проводными телефонами) и достигла максимума. В дальнейшем расширение абонентской базы невозможно. Здесь наблюдается стабилизация. Но развитие бизнеса невозможно представить без использования возможностей голосовой связи. Поэтому данная инфраструктура важна как базовая составляющая.

ШПД (скоростной доступ в Интернет) пока продолжает свой рост. Объемы передаваемой информации тоже продолжают расти. Влияние развития ШПД на рост экономики подтверждается результатами корреляционно-регрессионного анализа.

Анализ по стране в целом говорит о зависимости среднедушевого ВВП и от ШПД, и от уровня проникновения сотовой связи. Результат оценивания зависимости среднедушевого ВВП от ШПД представлен на рис. 1.

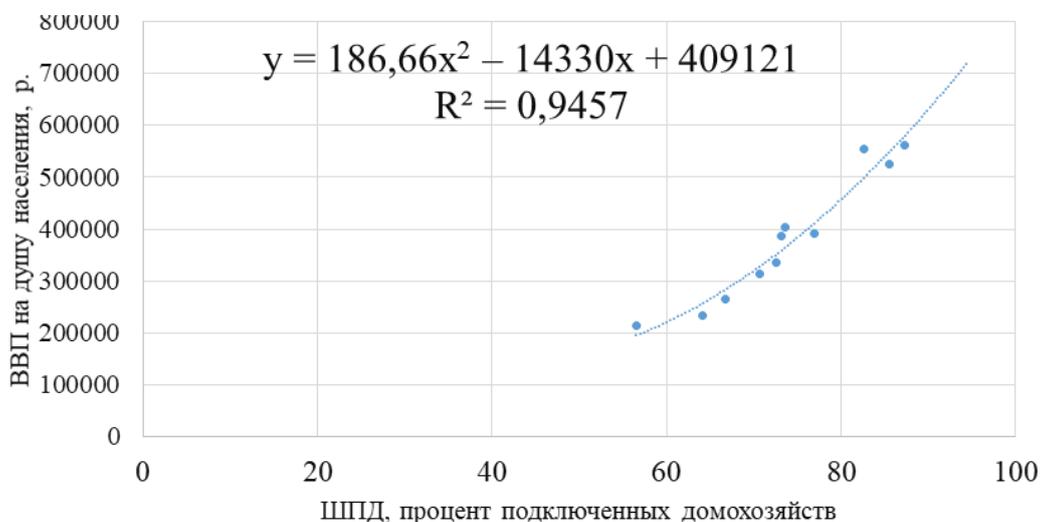


Рис. 1. Зависимость ВВП на душу населения от доли домохозяйств РФ, подключенных к ШПД

Очевидно, что зависимость будет наблюдаться, пока процент подключенных к ШПД домохозяйств не достигнет максимума.

Подобный анализ по Иркутской области подтверждает зависимость ВРП только от доли домохозяйств, подключенных к ШПД (рис. 2).

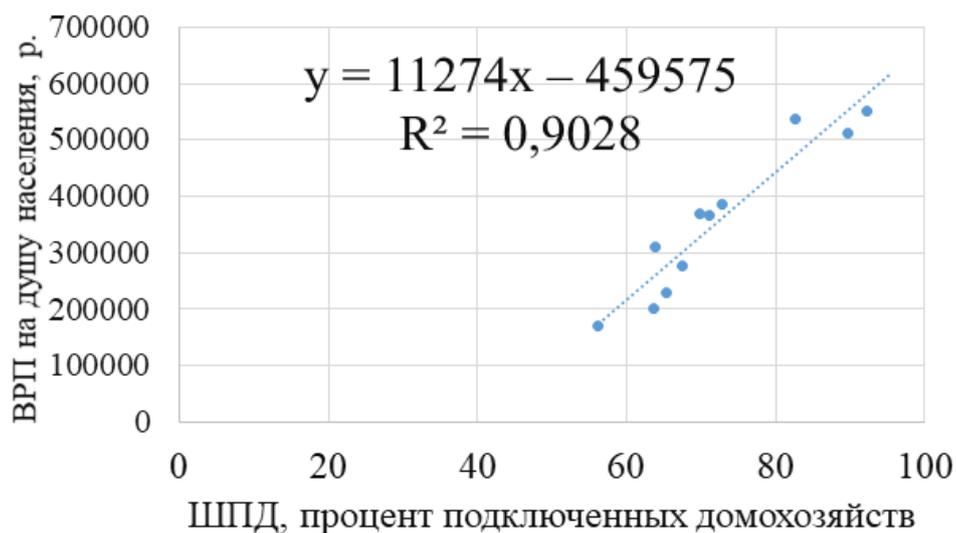


Рис. 2. Зависимость ВВП на душу населения от доли домохозяйств Иркутской области, подключенных к ШПД

Очевидно, когда доля домохозяйств, подключенных к ШПД достигнет максимума, этот фактор себя исчерпает.

Выводы

Полученные результаты исследования подтверждают идею о необходимости развития информационно-коммуникационной инфраструктуры для экономики региона. Базовая телекоммуникационная инфраструктура должна достичь определенного уровня. Концепция Индустрии 4.0 предполагает использование новых цифровых технологий, которые будут внедряться с использованием уже имеющихся технических возможностей [5].

Достижение максимальной степени развития ставших уже традиционными телекоммуникационных услуг создаст благоприятную среду для продвижения облачных технологий, использования искусственного интеллекта, экономики Больших Данных, «умных» предприятий и т.д. Сказать точно, какое именно из этих направлений окажется наиболее важным для экономики региона, невозможно. Вероятно, потребуется сочетание различных компонент.

Для внедрения технологий Индустрии 4.0 в Иркутской области созданы все необходимые предпосылки. Уровень развития инфокоммуникаций характеризуется средними по стране показателями.

Список использованной литературы

1. Анохов И.В. Движущие силы Индустрии 4.0 и ее последствия для человека и экономики / И.В. Анохов // Известия Байкальского государственного университета. – 2019. – Т. 29, № 3. – С. 379–387. – DOI 10.17150/2500-2759.2019.29(3).379-387.
2. Иванов А.Н. Влияние телекоммуникационных технологий на бизнес-процессы малого и среднего предпринимательства / А.Н. Иванов, Н.А. Брянская // Global and Regional Research. – 2021. – Т. 3, № 2. – С. 94–101.
3. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения 20.10.2024).
4. Болданова Е.В. Тенденции в мировых телекоммуникациях / Е.В. Болданова // Baikal Research Journal. – 2017. – Т. 8, № 1. – С. 11. – DOI 10.17150/2411-6262.2017.8(1).11.
5. Архипова З.В. Современные информационно-телекоммуникационные системы как фактор повышения конкурентоспособности высших учебных заведений / З.В. Архипова // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2014. – № 1. – С. 126–130.

Информация об авторе

Болданова Елена Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: BoldanovaEV@bgu.ru.

Author

Elena V. Boldanova – Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Industrial Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: BoldanovaEV@bgu.ru.

ТРИЗ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ: ГЕНЕРАЦИЯ ИННОВАЦИЙ И СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМНЫХ ЗАДАЧ

Аннотация. В условиях высокой конкуренции малый бизнес остро нуждается в инновациях для роста и выживания. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ) предлагает систематический подход к генерации новых идей и решению сложных проблем, который особенно актуален для ограниченных ресурсов малых предприятий. Данная статья рассматривает применение инструментов ТРИЗ в различных аспектах малого бизнеса, от разработки новых продуктов и услуг до улучшения процессов управления.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, инновации, риск, теория решения изобретательских задач, БИЗНЕС-ТРИЗ, инновации, проблемная задача, творческое мышление, бизнес-система.

M.G. Buliatkina

TRIZ IN SMALL BUSINESS: GENERATING INNOVATIONS AND SOLUTIONS TO PROBLEMATIC TASKS

Abstract. In a highly competitive environment, small businesses urgently need innovations for growth and survival. The Theory of Inventive Problem Solving (TRIZ) offers a systematic approach to generating new ideas and solving complex problems, which is particularly relevant for the limited resources of small enterprises. This article examines the application of TRIZ tools in various aspects of small business, ranging from the development of new products and services to process improvement and management.

Keywords: small business, entrepreneurship, innovations, risk, theory of inventive problem solving, BUSINESS-TRIZ, creativity, problem-solving, business system.

Введение

Малый бизнес сталкивается с уникальными вызовами, такими как ограниченные ресурсы, высокая конкуренция и необходимость быстрого принятия решений. Традиционные методы решения проблемных задач часто оказываются недостаточными в таких условиях.

Методология ТРИЗ (теория решения изобретательских задач), разработанная Генрихом Альтшуллером, не просто методика решения проблем, а система, позволяющая всесторонне подходить к поиску инновационных идей. Она предлагает структурированный подход, направленный на преодоление психологических барьеров и поиск нестандартных решений, что особенно ценно для малого бизнеса, где креативность часто ограничивается привычными шаблонами мышления [1].

ТРИЗ, с ее акцентом на систематический анализ и поиск нетривиальных решений, предлагает мощный инструментарий для преодоления этих препятствий. В отличие от методов «мозгового штурма» или коллективной генерации идей, основанных на случайном выборе решения, ТРИЗ предоставляет структурированный подход, позволяющий целенаправленно генерировать инновационные решения.

Данная методология включает широкий спектр инструментов, адаптируемых к потребностям малого бизнеса, которые способны вырабатывать сильные или прорывные решения в проблемных ситуациях. Рассмотрим некоторые из них:

АРИЗ (алгоритм решения изобретательских задач): это пошаговая методика решения сложных задач, которая помогает преодолеть психологические барьеры и выйти за рамки стандартного мышления. Алгоритм позволяет отбросить неподходящие и «слабые» варианты решения проблемных задач, которых может быть огромное количество. Стоит заметить, что его применение должно быть гибким и адаптируемым под конкретные потребности малого бизнеса.

Этапы решения проблемной задачи согласно АРИЗ [3]:

1. Формулировка задачи. Какая выявлена проблема и каковы её причины? Что уже предпринимали, чтобы её решить? Например, сотрудники отвлекаются на личные переписки или чтение новостей, заходя в рабочий чат в мессенджере. Следовательно, проблемой будет являться низкая вовлечённость в рабочий процесс, причиной – отвлекающие факторы в мессенджере, а значит, возникает задача в повышении вовлечённости сотрудников в рабочий процесс.

2. Выявление противоречий, которые мешают решению поставленной задачи. Для этого нужно ответить на вопрос, что такое противоречие? В теории решения изобретательских задач, это противоположные факторы, которые мешают решить задачу. К ним можно отнести следующие противоречия: административные, когда нужно улучшить систему (объект), но как это сделать, нет четкого понимания; технические, где улучшение одного элемента ухудшает работу другого, и физические, в том, чтобы придумать, как обойти законы и явления природы. Преодолевая эти противоречия, часто решается и сама проблемная задача.

Разрешаются существующие противоречия обычно в четырёх параметрах:

- во времени (поменять временной отрезок);
- в пространстве (поменять месторасположение);
- в отношении (поменять смысл, отношение к системе);
- решить противоречия ресурсами другой системы.

Возвращаясь к примеру с вовлечённостью сотрудников, можно увидеть такие противоречия: личные переписки и новости в мессенджере мешают и отвлекают сотрудников, но совсем не пользоваться приложением на работе нельзя – этот же мессенджер нужен сотрудникам для делового общения внутри коллектива.

3. Описание идеального конечного результата (ИКР). ИКР – это такие условия, когда проблема решилась наиболее простым способом, без использования дополнительных ресурсов и появления ненужных свойств. Благодаря идеально-

му решению происходит устранение противоречий, а для целей бизнеса появляется наиболее значимый и экономичный результат.

При формулировании этой составляющей, ТРИЗ используют слова «сама», «сам», «самостоятельно»: система сама решит задачу или объект делает всё сам; убрать объект, то есть системы нет, а её функции выполняют другие элементы; системе не нужно решение задачи, то есть в функции нет необходимости.

Предложим ИКР в примере с сотрудниками: установить для команды корпоративный мессенджер. Таким образом, можно убрать «вредное» свойство – в таком мессенджере нет отвлекающих факторов. Система решила задачу сама поскольку отдельное пространство для общения способствует большей сосредоточенности и вовлеченности в общий процесс.

4. Определение имеющихся ресурсов. Среди основных разновидностей ресурсов в ТРИЗ выделяют: материальные (физические активы, сырье, товарные запасы, денежные средства и финансы предприятия); нематериальные (бренд, деловая репутация и прочие объекты интеллектуальной собственности); временные (сроки на решение задачи); информационные (данные, IT-продукты, помогающие принимать решения и управлять бизнес-процессами); человеческие (сотрудники, их знания, умения и опыт, способность к труду). В ТРИЗ обычно исходят из имеющихся ресурсов и стараются не привлекать дополнительные.

5. Применение одного или нескольких приёмов решения проблемной задачи. Методология ТРИЗ предлагает 40 приемов или методов решения изобретательских задач. Некоторые из них узко направлены и подходят только для решения технических задач, другие же, более универсальны.

Методы и результаты исследования

Ниже приведены примеры наиболее подходящих приёмов, применимых в малом бизнесе [3].

– Дробление.

Для разрешения поставленных противоречий систему нужно разделить на несколько элементов или фрагментов. Например, этот принцип работает при сегментировании целевой аудитории в таргете.

– Объединение.

Для решения сложных задач объединяют несколько похожих операций или однородных объектов. Так работают приложения для обработки фотографий или создания иллюстраций.

– Обращение вреда в пользу.

В теории Г. Альтшуллера этот принцип означает, что если не получается убрать «вредный» фактор, то его нужно изменить до такой степени, чтобы он приносил пользу [1]. Например, превращение отходов в ресурс. Если представить небольшой пекарный цех, то «вредным» фактором, образующимся после выпечки хлебобулочных изделий, можно считать крошки. Выбрасывать их затратно и не совсем экологично. Вместо того, чтобы полностью убрать этот фактор, что невозможно без прекращения выпечки, его можно изменить: переработать

в панировочные сухари для продажи, а это уже превращение «вреда» в пользу в виде дополнительного источника дохода или разработать такую рецептуру хлеба, где часть крошек используется повторно в тесте как добавка для создания более плотного или хрустящего хлеба. Это не только утилизация отходов, но и изменение характеристик основного продукта.

Во всех этих случаях «вредный фактор» (отходы) не просто исчезает, а трансформируется в нечто полезное и даже ценное для бизнеса. Ключевым моментом является изменение свойств отходов через переработку, применение новых технологий или создание новых продуктов.

– Посредничество.

Это такой приём ТРИЗ, согласно которому для получения результата нужно ввести в систему дополнительный элемент. Самый простой пример – вариант устранения проблемы с доставкой в интернет-магазине по продаже чая и кофе. При проблеме с задержкой в доставке товаров, что негативно сказывается на удовлетворенности клиентов и, как следствие, на объемах продаж, можно ввести дополнительный элемент в систему, создать партнерство с локальными магазинами или кафе, которые могут выступать в роли пунктов выдачи заказов на удобных и взаимовыгодных условиях. Это позволит увеличить лояльность клиентов, что в конечном счете, приводит к росту продаж.

– Копирование.

Для поиска решения проблемной задачи применяют приём копирования или дублирования, то есть заменяют труднодоступную, дорогостоящую или неподходящую часть её копией. Например, сейчас на российском рынке в некоторых сферах появляются товары-аналоги.

– Принцип самообслуживания.

Алгоритм решения по ТРИЗ нужно реализовать так, чтобы система сама себя обслуживала. Пример в бизнесе: руководитель выстраивает коммуникацию в команде, чтобы система не была заиклена только на нём. Например, составляя еженедельный и ежедневный рабочий план, сотрудники сами могут отслеживать свой прогресс без надзора «сверху».

– Постоянство полезного действия.

Один из приёмов Г. Альтшуллера предполагает, что работа должна выполняться постоянно, непрерывно и при полной загрузке [1]. Важно предусмотреть «холостые» ходы и назначить ответственного исполнителя. Так, для обслуживания программы автоматизации бизнеса должен постоянно работать мощный сервер, а разработчик и сервисная организация должны оперативно реагировать на сбои.

6. Анализ результатов. В бизнес-ТРИЗ можно сформулировать несколько вариантов решения и выбрать наиболее перспективный. Эти решения можно проанализировать заранее и предположить результат.

В малом бизнесе АРИЗ может использоваться для разработки новых продуктов и услуг, оптимизации производственных процессов, повышения эффективности маркетинговых кампаний и решения проблем в управлении персона-

лом. Например, АРИЗ может помочь определить идеальную бизнес-модель для нового продукта или найти способ минимизировать затраты на логистику.

√ *Вещественно-полевая модель (вепольный анализ)*: это графическое представление проблемы, позволяющее визуализировать взаимодействие различных элементов системы. Такая модель (веполь) состоит из трёх основных компонентов: *элемент 1 (вещество 1)* – это объект или компонент системы, который выполняет определённую функцию; *элемент 2 (вещество 2)* – это второй объект, который взаимодействует с первым элементом для достижения нужного результата; *поле* – это энергетическое воздействие или влияние, которое создаёт взаимодействие между двумя элементами.

Эти три компонента формируют базовую структуру системы, которая может быть проанализирована и модифицирована для решения изобретательских задач. Веполь позволяет выявить недостатки или противоречия в системе и найти способы их устранения. В малом бизнесе вещественно-полевые модели помогают выявить «узкие места» в процессах, определить причины проблем и сгенерировать решения путем изменения взаимодействия элементов системы. Например, вепольный анализ может использоваться для анализа эффективности работы онлайн-магазина, выявления проблем в логистике или улучшения взаимодействия с клиентами.

√ *Матрица противоречий*: этот инструмент помогает определить противоречия в системе и найти компромиссные решения. В малом бизнесе матрица противоречий может быть использована для решения задач, в которых улучшение одного параметра приводит к ухудшению другого. Например, повышение качества продукта может привести к увеличению стоимости, а матрица противоречий поможет найти решение, позволяющее повысить качество без значительного увеличения цены.

Представим, небольшой бизнес по производству мыла ручной работы. Качество мыла – это ключевой фактор успеха бизнеса. Однако сейчас предприятие вынуждено использовать относительно дешёвые, но не самые качественные ингредиенты (эфирные масла). Это позволяет держать цену низкой и быть конкурентоспособным. При этом покупатели начинают жаловаться на сухость кожи после использования мыла, что снижает лояльность и ограничивает рост продаж. В таком случае возникает проблемная задача – повысить качество используемых масел (например, переход на более дорогие и питательные масла) улучшить качество мыла (увлажнение кожи), но значительно увеличит себестоимость и, соответственно, цену продукта. Это противоречие: улучшение качества (польза) приводит к увеличению стоимости (вред). С помощью матрицы противоречий определим «ухудшающийся параметр» – стоимость продукта и «улучшающийся» параметр – качество увлажнения кожи. Далее, будем искать решения, которые позволят улучшить параметр «Качество увлажнения кожи», не ухудшая существенно параметр «Стоимость продукта».

Среди возможных ТРИЗ-решений может быть предложено разработать две линейки мыла: одну бюджетную с базовыми маслами, другую – премиальную, с

более дорогими маслами и более высокими характеристиками увлажнения. Это позволит привлечь клиентов с разным уровнем бюджета (принцип локального качества), а также произвести поиск новых свойств продукта путем исследования и внедрения других добавок (например, травяных экстрактов), которые улучшают увлажнение кожи, но стоят относительно недорого.

В результате применения матрицы противоречий и принципов ТРИЗ, можно найти оптимальное решение, которое позволит улучшить качество мыла и удовлетворить потребности клиентов, не увеличивая значительно его стоимость и сохраняя конкурентоспособность на рынке. Ключевым моментом здесь является поиск компромисса между качеством и ценой, используя творческий подход и анализ проблемной задачи.

√ *Системный оператор*: этот инструмент помогает рассмотреть проблемную задачу с разных точек зрения, расширяя перспективу и генерируя новые идеи, а также позволяет проанализировать изучаемую систему в развитии и одновременно увидеть ее во взаимосвязях.

Он дает возможность посмотреть, из чего состоит система (изучить подсистему), частью чего является (изучить надсистему), узнать, какими были связи в системе в исторической ретроспективе и спрогнозировать, как она будет развиваться.

При использовании системного оператора для анализа рынка в малом бизнесе необходимо четко определить систему, которую нужно проанализировать. Это может быть сам бизнес (его структура, ресурсы, персонал, процессы) или рынок сбыта (целевая аудитория, конкуренты, каналы продаж). Кроме этого, можно подвергнуть анализу отдельное звено бизнеса, включающее процесс производства или доставки товара.

Следующим шагом анализа будет являться определение ключевых параметров, характеризующих систему. Например, для чайного бутика, это могут быть потребительские характеристики, включающие вкусовые предпочтения, цену, удобство покупки, упаковку; конкурентная среда с определением количества конкурентов, их ценовой политики, ассортимента, местоположения и др.

Параметры системы располагаются в строках и столбцах матрицы (табл.). На пересечении строк и столбцов описываются взаимосвязи между параметрами. Это может быть качественная оценка (например, «сильная зависимость», «слабая зависимость», «нет зависимости») или количественная (например, коэффициент корреляции).

Так, «+» означает положительную зависимость (высокое качество чая ведёт к высокой цене), а «-» – отрицательную (высокая цена снижает удобство покупки). Анализ матрицы позволяет выявить ключевые факторы успеха, то есть те параметры, которые наиболее сильно влияют на результаты бизнеса, а также установить, как изменение одного параметра влияет на другой или на их совокупность.

Характеристика и оценка параметров системы для чайного бутика

Параметр \ Параметр	Качество чая	Цена	Удобство покупки	Реклама	Местоположение
Качество чая	–	+	+	+	–
Цена	–	–	–	–	+
Удобство покупки	+	–	–	+	+
Реклама	+	+	+	–	+
Местоположение	–	+	+	+	–

На основе представленного анализа можно принимать наиболее экономически обоснованные решения, например, оптимизировать ценовую политику, учитывая взаимосвязь между качеством чая, ценой и удобством покупки; выбрать канал продвижения в зависимости от целевой аудитории и местоположения бутика; повысить качество обслуживания в целях улучшения показателей удобства покупки.

Использование системного оператора не гарантирует успех, но значительно повышает вероятность принятия правильных решений, что в свою очередь, способствует развитию малого бизнеса.

Выводы

Опыт показал эффективность методов ТРИЗ для решения самых различных задач в деятельности малого предприятия: оценка бизнес-идей, выработка стратегии и тактики развития, подготовка маркетингового плана и проведение маркетинговых исследований, ценообразование, конкурентная борьба и выстраивание партнерских связей, стимулирование рынка и т.д.

Немаловажно и то, что методология ТРИЗ помогает преодолеть психологическую инерцию мышления и генерировать нестандартные решения, приводящие к появлению уникальных предложений на рынке. Это может быть, как совершенно новый продукт, так и существенное улучшение существующего.

Методы ТРИЗ структурируют процесс поиска решений, что сокращает время, необходимое для создания нового продукта или услуги.

Систематический подход в ТРИЗ позволяет избежать затрат на разработку неэффективных или невостребованных продуктов, фокусируя усилия на наиболее перспективных направлениях. Уникальные и инновационные продукты, разработанные с помощью ТРИЗ, позволяют малым предприятиям успешно конкурировать с более крупными игроками на рынке.

Применение ТРИЗ в малом бизнесе может привести к значительному улучшению результатов деятельности, но требует соответствующих инвестиций в обучение и время. Успех зависит от правильного выбора инструментов ТРИЗ, компетентности персонала и целесообразности применения метода в конкретных условиях.

Список использованной литературы

1. Альтшуллер Г.С. 40 изобретательских приемов / Г.С. Альтшуллер. – URL: <http://www.altshuller.ru/triz/technique1.asp> (дата обращения: 22.10.2024).
2. Рубин М.С. ТРИЗ в малом бизнесе – конкурентная фора / М.С. Рубин. – URL: <http://www.temm.ru/section.php?docId=3616> (дата обращения: 25.10.2024).
3. ТРИЗ: теория изобретений на службе у бизнеса. – URL: <http://www.get-compass.ru/blog/posts/triz#> (дата обращения: 30.10.2024).
4. Кожемяко А. ТРИЗ: Решение бизнес-задач / А. Кожемяко. – Москва : Синергия, 2017. – 288 с.
5. Кудрявцев А.В. ТРИЗ-инструменты создания инноваций для развития предприятия : учеб. пособие / А.В. Кудрявцев. – Москва, 2013. – 360 с.

Информация об авторе

Буляткина Марина Геннадьевна – кандидат экономических наук, доцент, предприниматель, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: baikal_marina@mail.ru.

Author

Marina G. Buliatkina – Ph.D. in Economics, Associate Professor, entrepreneur, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: baikal_marina@mail.ru.

**Д.В. Буньковский,
В.А. Колесник**

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ ПАРТНЕРСКИХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития легкой промышленности Иркутской области за счет активизации международного сотрудничества и внешнеэкономических связей, прежде всего со странами Азиатско-Тихоокеанского региона. Проанализированы ключевые направления этой работы: привлечение прямых иностранных инвестиций, создание совместных предприятий, расширение экспорта продукции, развитие кооперации с зарубежными партнерами. Выделены факторы повышения инвестиционной привлекательности региона. Сделан вывод о необходимости консолидации усилий бизнеса, власти и научных организаций для вывода легкой промышленности области на траекторию устойчивого роста за счет эффективного использования ее конкурентных преимуществ в сочетании с внешнеэкономической открытостью.

Ключевые слова: Иркутская область, легкая промышленность, внешнеэкономические связи, международное сотрудничество, иностранные инвестиции, совместные предприятия, экспорт, импортозамещение, кооперация, инвестиционная привлекательность.

**D.V. Bunkovsky,
V.A. Kolesnik**

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF LIGHT INDUSTRY IN THE IRKUTSK REGION IN THE SECTION OF PARTNERSHIP FOREIGN ECONOMIC RELATIONS OF RUSSIA

Abstract. The article examines the prospects for the development of light industry in the Irkutsk region through the intensification of international cooperation and foreign economic relations, primarily with the countries of the Asia-Pacific region. The key areas of this work are analyzed: attracting foreign direct investment, creating joint ventures, expanding product exports, and developing cooperation with foreign partners. The factors of increasing the investment attractiveness of the region are highlighted. The conclusion is made about the need to consolidate the efforts of business, government and scientific organizations to bring the light industry of the region on the path of sustainable growth through the effective use of its competitive advantages in combination with foreign economic openness.

Keywords: Irkutsk region, light industry, foreign economic relations, international cooperation, foreign investment, joint ventures, export, import substitution, cooperation, investment attractiveness.

Введение

Легкая промышленность традиционно играет важную роль в экономике страны и каждого региона в отдельности, обеспечивая занятость населения и до-

ходные поступления в бюджет. Однако в последние годы отрасль столкнулась с рядом проблем, на примере Иркутской области можно выделить следующее: изношенность оборудования, дефицит квалифицированных кадров, зависимость от импортного сырья, усиление конкуренции со стороны зарубежных производителей. Преодоление этих проблем и выход на траекторию устойчивого роста требуют активизации партнерских внешнеэкономических связей Восточной Сибири, прежде всего со странами Азиатско-Тихоокеанского региона. Привлечение прямых иностранных инвестиций, трансфер передовых технологий, развитие экспортного потенциала и производственной кооперации откроют новые перспективы для легкой промышленности Иркутской области в условиях глобализации мировой экономики.

Иркутская область, обладая значительным ресурсным и промышленным потенциалом, традиционно играет важную роль в экономике Сибири и России в целом. Регион богат минеральными ресурсами, лесными запасами, гидроэнергетическими ресурсами. Здесь расположены крупные предприятия электроэнергетики, цветной металлургии, химической, лесной и деревообрабатывающей промышленности. В то же время легкая промышленность области находится в настоящее время в непростом положении и требует серьезной модернизации для повышения конкурентоспособности.

Одним из направлений развития легкой промышленности Иркутской области может стать расширение международного сотрудничества и привлечение иностранных инвестиций. Как показывают исследования, внешнеэкономические связи являются важным фактором экономического роста региона [1, с. 87]. Иркутская область имеет выгодное географическое положение и развитую транспортную инфраструктуру, что создает благоприятные условия для международной кооперации.

Цель и задачи исследования

Целью настоящего исследования является рассмотрение и анализ перспектив развития легкой промышленности Иркутской области за счет активизации международного сотрудничества и внешнеэкономических связей.

Для достижения поставленной цели необходимо решить несколько задач, которые предусматривают комплексный подход к исследованию: изучение текущих тенденций и особенностей развития легкой промышленности нашего региона при влиянии внешнеэкономических связей России; выявить ключевые направления развития легкой промышленности Иркутской области при партнерских отношениях России с другими странами; выделить факторы повышения инвестиционной привлекательности региона, предоставить рекомендации по стратегическому развитию легкой промышленности Иркутской области.

Методы исследования

Основными внешнеторговыми партнерами области традиционно выступают страны Азиатско-Тихоокеанского региона – Китай, Монголия, Индия [2,

с. 47]. Именно на развитие сотрудничества с этими государствами в сфере легкой промышленности стоит обратить первоочередное внимание.

По данным Росстата, в 2020 году внешнеторговый оборот Иркутской области составил 7,8 млрд долларов США, в 2021 году уже 10,5 млрд долларов США, за 2022 год – 12,3 млрд долларов США. Прослеживается явная динамика развития и укрепления партнерских отношений между соседними странами. При этом на страны АТР пришлось более 30 % от этого объема. Крупнейшим торговым партнером выступил Китай – товарооборот с КНР достиг 2,1 млрд долларов в 2020 году и продолжил свою уверенное укрепление и в последующие годы сотрудничества. «Товарооборот Иркутской области с Китаем динамично растет. Это подтверждают как итоги 2022 года, так и истекший период 2023 года». Об этом заявила заместитель министра экономического развития Иркутской области Светлана Хахина на Внешнеторговом собрании. Значимую роль во внешней торговле также играют Япония, Южная Корея, Индия и Монголия. Сотрудничество с этими странами в сфере легкой промышленности имеет хороший потенциал роста.

Китай является крупнейшим мировым производителем текстильной и швейной продукции, обуви и аксессуаров. При этом китайские компании активно инвестируют в производства за рубежом, в том числе России. Привлечение китайских инвестиций и технологий в легкую промышленность Иркутской области позволит провести техническое перевооружение предприятий, освоить современные производственные процессы, повысить качество продукции.

Перспективным направлением сотрудничества нашего региона с Китаем может стать создание совместных предприятий по глубокой переработке сырья – льна, пеньки, шерсти, кожи. Иркутская область обладает благоприятными условиями для выращивания льна, а китайская сторона могла бы обеспечить инвестиции, технологии и сбыт готовой продукции на своем огромном внутреннем рынке. Аналогичные совместные проекты возможны в кожевенном и обувном производствах.

Другим перспективным партнером Иркутской области является Монголия. Эта страна обладает большими запасами сырья для легкой промышленности – шерсти, кожи, кашемира. При этом собственная перерабатывающая промышленность в Монголии развита крайне слабо. Иркутские предприятия могли бы наладить тесную кооперацию с монгольскими сырьевыми компаниями, обеспечив глубокую переработку их продукции.

Южная Корея является технологическим лидером в сфере текстильного производства, имеет богатый опыт создания инновационных материалов и «умного» текстиля. Привлечение корейских инвестиций и технологий позволит предприятиям Иркутской области занять новые ниши на рынке, выпуская высокотехнологичную и востребованную продукцию.

Полученные результаты

Помимо привлечения иностранных инвестиций, необходимо развивать экспорт продукции легкой промышленности в страны АТР. Как показало исследо-

вание межличностных отношений на одном из предприятий легкой промышленности области, персонал готов к повышению качества и конкурентоспособности продукции [3, с. 187]. Необходима системная поддержка экспортно ориентированных компаний со стороны региональных властей – помощь в поиске зарубежных партнеров, субсидирование затрат на международную сертификацию, финансирование участия в зарубежных выставках и ярмарках.

Перспективной нишей для экспорта может стать производство экологически чистого текстиля из натуральных материалов – льна, органического хлопка, конопли, крапивы. Эти культуры традиционны для сибирского региона, их возделывание не требует интенсивной химизации и не наносит вреда уникальной экосистеме Байкала. Производство органического и этичного текстиля – растущий тренд на мировом рынке. Занять достойное место в этом сегменте – амбициозная, но достижимая цель для легкой промышленности Иркутской области.

Развитие внешнеэкономического сотрудничества невозможно без повышения инвестиционной привлекательности региона в целом. Здесь большое значение имеют вопросы формирования позитивного имиджа, развития инвестиционной, транспортной и жилищной инфраструктуры [4, с. 50].

По данным Национального рейтинга состояния инвестиционного климата, в 2021 году Иркутская область заняла 29 место среди 85 субъектов РФ. При этом по ряду показателей, таких как эффективность процедур по подключению электроэнергии и получению разрешений на строительство, регион входит в первую десятку. Это свидетельствует о значительном потенциале области в привлечении инвестиций, в том числе иностранных. Дальнейшее улучшение инвестклимата будет способствовать реализации новых проектов и в легкой промышленности.

В регионе реализуются проекты по поддержке малых предприятий в целях содействия в продвижении на зарубежные рынки. Создана рабочая группа «Экспортный десант» в рамках Экспортного совета при Губернаторе Иркутской области. Рабочая группа «Экспортного десанта» периодически выезжает в муниципальные образования, посещает предприятия, встречается с представителями малого бизнеса, и проводит анкетирование и аудит предприятий на предмет экспортного потенциала. В целях содействия выводу предприятий малого и среднего бизнеса на внешние рынки в Иркутской области работает Центр поддержки экспорта, например, АО «Российский экспортный центр» в г. Иркутске, АО «Корпорация развития Иркутской области», Союз Торгово-промышленная палата Восточной Сибири.

Иркутская область обладает значительным туристическим потенциалом, имеет богатое историко-культурное наследие. Формирование привлекательного образа региона будет способствовать росту интереса к нему со стороны иностранных партнеров и инвесторов, что также положительно отразится на развитии легкой промышленности региона и реализации товаров собственного производства.

Выводы

Таким образом, развитие партнерских внешнеэкономических отношений со странами АТР является важным фактором роста легкой промышленности Иркутской области. Привлечение иностранных инвестиций и технологий, создание экспортно ориентированных производств, повышение инвестиционной привлекательности региона в целом – ключевые направления этой работы. Активизация международного сотрудничества открывает перед легкой промышленностью Иркутской области новые перспективы. Привлечение стратегических инвесторов из Китая, Южной Кореи, Монголии позволит предприятиям региона выйти на качественно новый технологический уровень, освоить производство инновационной и конкурентоспособной продукции. Не менее важно наращивать экспорт, используя преимущества выгодного географического положения области и развивая кооперацию с зарубежными партнерами.

Достижение таких целей потребует консолидации усилий бизнеса, власти, научных и образовательных организаций. Необходима системная работа по улучшению инвестклимата, поддержке экспортеров, продвижению региона на международной арене. Иркутская область обладает для этого хорошим потенциалом – мощной ресурсной базой, квалифицированными кадрами, богатыми научными и культурными традициями. Эффективное использование этих преимуществ в сочетании с внешнеэкономической открытостью позволит вывести легкую промышленность региона на траекторию устойчивого роста.

При активной поддержке региональных властей и эффективном взаимодействии бизнеса и научных организаций легкая промышленность Иркутской области сможет выйти на новый уровень развития и занять достойное место в экономике не только Сибири, но и России в целом.

Список использованной литературы

1. Ковалева Г.Д. Влияние прямых иностранных инвестиций на внешнюю торговлю Сибири / Г.Д. Ковалева, Т.А. Акунина, О.И. Волкова // Регион: экономика и социология. – 2019. – № 13. – С. 85–99.
2. Регионы России: Социально-экономические показатели в 2021 году // Вопросы экономики. – 2021. – № 1. – С. 490–494.
3. Регионы России: социально-экономические показатели в 2022 году // Вопросы экономики. – 2023. – № 1. – С. 494–498.
4. Гаврилова Н.И. Производственные отношения в трудовых коллективах промышленных предприятий Иркутской области: результаты социологического исследования / Н.И. Гаврилова, М.В. Гузик, Н.В. Сидорова // Вестник ИрГТУ. – 2021. – № 17 (54). – С. 185–188.
5. Самаруха А.В. Межтерриториальное и международное сотрудничество регионов Сибирского федерального округа / А.В. Самаруха // Известия ИГЭА. – 2019. – № 2 (70). – С. 50–56.

Информация об авторах

Буньковский Дмитрий Владимирович – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры уголовного процесса ВСИ МВД России, профессор кафедры экономики предприятия и предпринимательской деятельности БГУ, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: bdv611@yandex.ru.

Колесник Вера Анатольевна – магистр экономики, аспирант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: edelveis.buh@yandex.ru.

Authors

Dmitry V. Bunkovsky – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Criminal Procedure of the Higher Sedimentary Institution of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Professor of the Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: bdv611@yandex.ru.

Vera A. Kolesnik – Master of Economics, Postgraduate student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: edelveis.buh@yandex.ru.

КОНКУРЕНТНАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ ЗА 2022 ГОД

Аннотация. В статье на основе анализа статистической информации, представленной в официальной базе данных Росстата, выполнена типология регионов России по коэффициентам локализации по виду деятельности «Образование» (раздел Р) за 2022 г. Группировка регионов позволила выделить 4 типа регионов с конкурентной специализацией в сфере образования. На примере Амурской области сформирована статистическая совокупность регионов-конкурентов, необходимая для проведения оценки конкурентоспособности отобранных субъектов Российской Федерации.

Ключевые слова: специализация регионов, коэффициент локализации, виды экономической деятельности, среднее квадратическое отклонение, типы регионов, статистическая совокупность регионов-конкурентов.

A.V. Vasilyeva

COMPETITIVE SPECIALIZATION OF RUSSIAN REGIONS IN THE FIELD OF EDUCATION IN 2022

Abstract. In the article, based on the analysis of statistical information provided in the official Rosstat database, a typology of Russian regions by localization coefficients by type of activity «Education» (section P) for 2022 was performed. The grouping of regions made it possible to identify 4 types of regions with competitive specialization in education. Using the example of the Amur Region, a statistical set of competing regions has been formed, which is necessary for assessing the competitiveness of selected subjects of the Russian Federation.

Keywords: specialization of regions, localization coefficient, types of economic activity, mean square deviation, types of regions, statistical aggregate of competing regions.

Введение

Конкурентоспособность региона зависит от большого количества факторов, одним из которых является уровень образования населения [1; 2]. Система образования являются ключевой точкой опоры любого региона страны. Именно в сфере образования осваиваются и апробируются новые методы и технологии, используемые в разных видах деятельности. Система образования в регионе выстраивается таким образом, чтобы предлагаемые образовательные программы соответствовали специализации региона. Следует отметить, что система образования, опираясь на потребности организаций, зачастую активизирует проведение научных исследований и прикладных экспериментов в различных областях деятельности.

Высокий уровень развития системы образования привлекает в регион трудовые ресурсы из других регионов, способствуя улучшению его демографиче-

ского благополучия. Помимо перечисленного, система образования является главным поставщиком кадров для предприятий региона. В связи с этим, образование занимает важное место в социально-экономическом развитии региона и определяет его конкурентоспособность [3].

Цель и задачи исследования

Цель исследования – определение конкурентной специализации регионов России по виду деятельности «Образование» (раздел Р) за 2022 г.

Задачи исследования:

- рассчитать коэффициенты локализации регионов России за 2022 г. определить по виду деятельности «Образование»;
- проранжировать регионы по значениям коэффициентов локализации;
- выбрать регионы по значениям коэффициентов локализации, превышающим единицу;
- распределить выбранные регионы на 4 типологические группы.

Методы исследования

Выполнение поставленных цели и задач достигнуто с помощью статистических и региональных методов исследования. Для определения конкурентной специализации регионов использован коэффициент локализации производства [4; 5]. Распределение регионов на типологические группы выполнено с помощью статистических методов, таких как метод группировок, расчет средних величин, показателей вариации.

Данными для проведения исследования послужила отраслевая структура валовой добавленной стоимости регионов России за 2022 г., размещенная на сайте Росстата [6].

Полученные результаты

Одним из главных показателей конкурентоспособности региона, характеризующих производство товаров и услуг в рамках рассматриваемой территории, является отраслевая структура валовой добавленной стоимости субъектов Российской Федерации. В данной работе для проведения исследования выбрана ВДС регионов страны по виду экономической деятельности «Образование». Для проведения исследования отобрано 85 субъектов Российской Федерации. В каждом субъекте страны рассчитаны коэффициенты локализации производства по виду деятельности «Образование». Ранжирование регионов по значениям коэффициентов локализации показало, что самый высокий показатель среди субъектов страны зафиксирован в Республике Тыва (4,71), а самый низкий – в Ненецком автономном округе (0,23).

22 региона страны имеют значения коэффициентов локализации производства меньше или равно единицы, что составляет 25,88 % от всей совокупности. При этом 63 субъекта страны специализируются на оказании услуг в сфере образования, их значения коэффициентов локализации превышают единицу.

Далее 63 отобранных региона страны распределены на 4 типологические группы. Для этого рассчитано среднеарифметическое значение коэффициентов локализации, в соответствии с которым регионы разбиты на 2 сектора. В каждом секторе рассчитаны среднеквадратические отклонения и определены границы интервалов. Результаты расчетов отражены в таблице.

Распределение субъектов РФ по коэффициентам локализации по виду деятельности «Образование» (раздел Р) за 2022 г.

Границы интервалов	Тип региона	Субъект РФ	Итого
(K_{\min} ; $K_{\text{ср}} - 1,64 \cdot \sigma_1$) (1,030; 1,317)	IV Регионы со слабой конкурентной специализацией	Калужская область, Тульская область, Красноярский край, Республика Коми, Краснодарский край, Белгородская область, Нижегородская область, Воронежская область, Волгоградская область, Республика Саха (Якутия), Челябинская область, Иркутская область, Приморский край, Брянская область, Смоленская область, Пензенская область, Тамбовская область, Тверская область, Удмуртская Республика, Свердловская область, Амурская область , Ярославская область, Ростовская область	23
($K_{\text{ср}} - 1,64 \cdot \sigma_1$; $K_{\text{ср}}$) (1,317; 1,557)	III Регионы со средней конкурентной специализацией	Курская область, Псковская область, Ставропольский край, Саратовская область, Ульяновская область, Новосибирская область, Хабаровский край, Чукотский автономный округ, Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Республика Хакасия, Рязанская область, Ивановская область, Костромская область, Республика Адыгея, Курганская область, Чувашская Республика, Кировская область, Республика Карелия, Республика Марий Эл, г. Севастополь, Омская область	22
($K_{\text{ср}}$; $K_{\text{ср}} + 1,64 \cdot \sigma_2$) (1,557; 2,917)	II Регионы с высокой конкурентной специализацией	Алтайский край, Орловская область, Архангельская область без авт.округа, Томская область, Забайкальский край, Еврейская автономная область, Республика Калмыкия, Республика Крым, Кабардино-Балкарская, Камчатский край, Республика Бурятия, Северная Осетия-Алания, Республика Дагестан, Карачаево-Черкесская, Республика Алтай	15
($K_{\text{ср}} + 1,64 \cdot \sigma_2$; K_{\max}) (2,917; 4,710)	I Лидеры в конкурентной специализации	Чеченская Республика, Республика Ингушетия, Республика Тыва	3
<i>Итого</i>	–	–	63

В первую группу регионов, являющихся лидерами в конкурентной специализации в сфере образования, входят 3 субъекта Федерации: Чеченская Республика, Республика Ингушетия, Республика Тыва. Два региона из числа лидеров входят в состав Северо-Кавказского федерального округа, один регион – в Сибирский ФО.

Во вторую группу регионов с высокой конкурентной специализацией в сфере образования распределены 15 субъектов страны, входящие в состав Сибирского, Центрального, Северо-Западного, Дальневосточного, Южного, Северо-Кавказского федеральных округов.

К третьему типу относятся регионы, имеющие средний уровень развития конкурентной специализацией экономики региона в сфере образования. Таких регионов оказалось 22.

В четвертую группу вошли регионы, имеющие низкий уровень конкурентной специализации в сфере образования. Значения коэффициентов локализации в данной группе колеблются в пределах от 1,030 до 1,317. В данную группу распределена Амурская область, которая входит в состав Дальневосточного ФО. Распределение субъектов РФ по коэффициентам локализации по виду деятельности «Образование» показало, что статистическую совокупность регионов-конкурентов Амурской области в сфере образования за 2022 г. образуют вместе с ней 23 региона. Именно эти регионы необходимо сравнивать при выполнении оценки конкурентоспособности и поиске конкурентных преимуществ Амурской области в сфере образования.

Выводы

Представленный подход к типологизации регионов Российской Федерации по коэффициентам локализации в сфере образования позволил упорядочить регионы по приоритетному развитию данной сферы. Определено, что конкурентная специализация в области образования наблюдается в 63 регионах страны, что составляет 74,12 % от всей совокупности. Отобранные регионы сгруппированы на 4 типологические группы. Показано, что 27 % регионов имеют слабую конкурентную специализацию в сфере образования, 25,88 % – среднюю, 17,64 % – сильную. Всего 3 региона страны являются лидерами в специализации.

При выполнении оценки конкурентоспособности регионов необходимо отбирать регионы-конкуренты с учетом специализации производства. Для Амурской области в качестве регионов-конкурентов в сфере образования следует рассматривать регионы четвертой группы со слабой конкурентной специализацией в области образования.

Высокий уровень развития образования в регионе позволяет организовать эффективную социально-экономическую систему территории и обеспечить выгодные конкурентные позиции экономики региона.

Список использованной литературы

1. Субботина Т.Н. Конкурентоспособность региона: сущность, факторы и методика оценки российских регионов / Т.Н. Субботина, М.Д. Харламов // *Economy and Business: Theory and Practice*. – 2023. – vol. 9 (103). – С. 188–193. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-regiona-suschnost-factory-i-metodika-otsenki-rossiyskih-regionov>.

2. Тарануха Ю.В. Экономическая природа и содержание конкурентоспособности региона: нарративный подход / Ю.В. Тарануха // Экономика региона. – 2024. – 20 (1). – С. 106–134. – URL: <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2024-1-8>.

3. Сафиуллин М.Р. Кластеризация регионов российской федерации по уровню развития высшей школы и конкурентоспособности экономики / М.Р. Сафиуллин, А.А. Гатауллина, А.К. Ильдарханова, И.А. Кузьмишин // Университетское управление: практика и анализ. – 2023. – Т. 27, № 4. – С. 23–42. – URL: <https://doi.org/10.15826/umpra.2023.04.031>.

4. Васильева А.В. Использование отраслевой структуры экономики для отбора регионов-конкурентов (на примере Амурской области) / В.А. Васильева // Статистика и Экономика. – Белоусова А.В. Коэффициенты локализации: направления и методические аспекты использования (на примере Дальневосточных субъектов РФ) / А.В. Белоусова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2021. – № 12. – С. 117–125.

5. Отраслевая структура валовой добавленной стоимости субъектов Российской Федерации (в текущих ценах; в процентах к итогу). – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts>.

Информация об авторе

Васильева Анжелика Валерьевна – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и менеджмента организации, Амурский государственный университет, г. Благовещенск, Российская Федерация, e-mail: vavangel@mail.ru.

Author

Angelica V. Vasilyeva – Cand. Sci. (Econ.), associate professor of chair «Economy and organization management», the Amur State University, Blagoveshchensk, the Russian Federation, e-mail: vavangel@mail.ru.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ АСПЕКТ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В статье обосновывается роль затрат на предприятии и многоаспектность вопросов их оптимизации на современном этапе развития. Одним из важнейших аспектов оптимизации затрат предприятия является организационный, который включает в себя совершенствование организации труда, производства и вопросы стандартизации и регламентации процессов на предприятии. Каждый из этих элементов системы особо важен и взаимосвязан с другими элементами, поэтому оптимизация затрат представляется как единая, сложная система, требующая постоянного внимания и модернизации.

Ключевые слова: оптимизация затрат, организационный аспект, предприятие, организация труда, организация производства.

S.I. Vinokurov,
E.V. Ashirova

COST OPTIMIZATION IN THE ENTERPRISE: ORGANIZATIONAL ASPECT

Abstract. The article substantiates the role of costs in the enterprise and the multidimensional issues of their optimization at the present stage of development. One of the most important aspects of cost optimization of an enterprise is organizational, which includes improving the organization of labor, production and issues of standardization and regulation of processes at the enterprise. Each of these elements of the system is particularly important and interconnected with other elements, so cost optimization is presented as a single, complex system that requires constant attention and modernization.

Keywords: cost optimization, organizational aspect, enterprise, labor organization, production organization.

Введение

Совершенствование управления на всех уровнях хозяйственных отношений имеет чрезвычайную важность. Возникающие в этой связи экономические отношения должны быть направлены на решение проблемы экономической эффективности, которая выдвигает на первый план поиск новых форм экономии имеющихся ресурсов. Поиск путей оптимизация затрат предприятия одно из ключевых направлений деятельности современного экономиста.

Цель и задачи исследования

Целью исследования является изучение теоретических основ оптимизации затрат на предприятии. Задачи исследования состоят в описании и си-

стематизации основных элементов затрат, характеристике основных аспектов оптимизации затрат и описании организационного аспекта оптимизации затрат предприятия.

Методы исследования

В исследовании использовались такие методы как: анализ, синтез, обобщение, классификация и другие.

Полученные результаты

Сокращение расходов на предприятии требует системной и комплексной работы. Она должна быть направлена на то, чтобы не только снизить затраты, но и сохранить или улучшить качество продукции или предоставляемых услуг. Комплексный подход к сокращению расходов поможет не только определить приоритетные мероприятия, но и обеспечит устойчивое сокращение затрат. Эффективное планирование и реализация необходимых мероприятий будут способствовать не только снижению эксплуатационных расходов, но и повышению общей эффективности бизнеса [10].

Такой подход должен содержать следующие шаги и мероприятия, которые могут помочь в оптимизации эксплуатационных расходов на предприятии. Это анализ текущих расходов (классификация затрат и идентификация основных статей расходов); разработка стратегии оптимизации (автоматизация процессов, оптимизация поставок, энергетическая эффективность, организационная структура и т.д.); использование аналитических инструментов; элементов обучения и вовлечения сотрудников по принципам бережливого производства.

Группировка затрат по элементам – важный шаг в управлении и анализе финансовых потоков в предприятии. Она позволяет более подробно рассмотреть, состав затрат и их соотношение в структуре производства предприятия. Определив, какие элементы затрат являются наиболее значительными, можно разработать стратегии по оптимизации расходов. Состав и структура затрат, образующих себестоимость продукции (работ, услуг), по экономическому содержанию составляется по следующим элементам:

- материальные затраты (материалы, топливо, электроэнергия, прочие материальные затраты);
- расходы на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация;
- прочие затраты [8].

Рассмотрим основные элементы эксплуатационных расходов на предприятии на рис. 1.



Рис. 1. Основные элементы эксплуатационных расходов на предприятии

В экономической литературе вопросам оптимизации затрат уделяется много внимания, но применение эффективных способов зависит прежде всего от конкретной организации. На это будет влиять вид деятельности, размер предприятия, существующая организационная структура и другие аспекты. В работе рассмотрены несколько важных аспектов, которые нуждаются в дополнении и систематизации.

В конечном итоге все понесенные предприятием затраты переносятся на себестоимость продукции, которая в последующем влияет на итоговый финансовый результат. Поэтому оптимизацию затрат предприятия предлагается рассматривать как комплекс мер в основных аспектах деятельности, в числе которых выделяются технический, технологический и организационные аспекты (рис. 2).

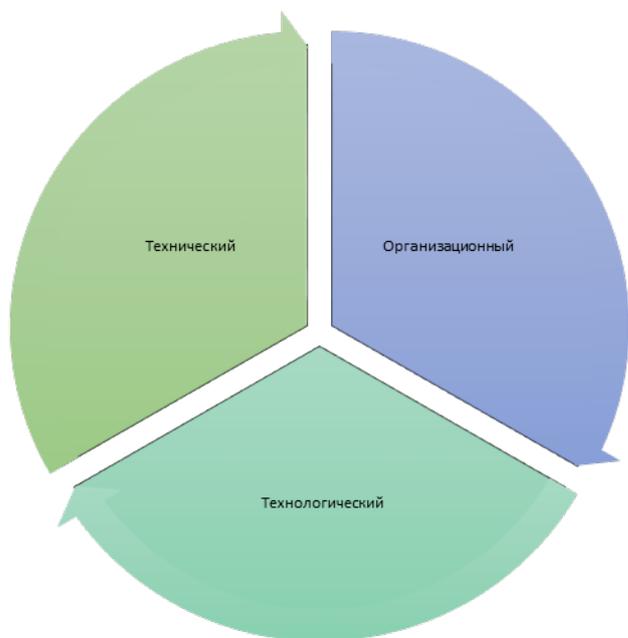


Рис. 2. Основные аспекты оптимизации затрат

В части организационного аспекта выделяются следующие направления оптимизации затрат (рис. 3).

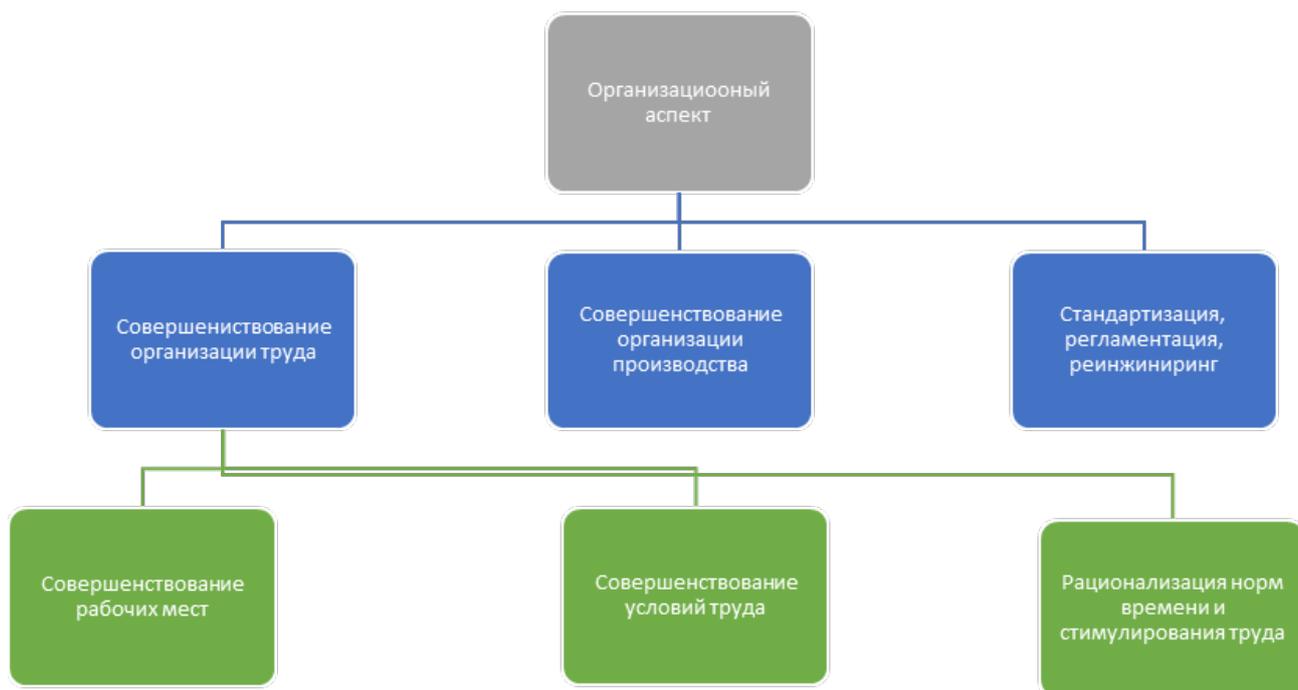


Рис. 3. Основные направления оптимизации затрат в организационном аспекте

Оптимизация затрат предприятия является объектом исследования многих ученых–экономистов. Ряд авторов указывают в своих работах [1; 2; 3; 8; 12] на значимость влияния производительности труда на оптимизацию затрат на предприятии, в том числе в инфраструктурных отраслях экономики [5; 6]. Также рас-

смаатривают влияние оптимизации затрат через ресурсный подход в воспроизводственном процессе [11].

В компаниях разрабатываются и реализуются различные программы, направленные на повышение эффективности деятельности. Так, например, «Сводная программа мероприятий по повышению операционной эффективности и оптимизации расходов ОАО «РЖД» на 2019–2025 гг.» является примером комплексного подхода к управлению затратами и позволяет надеяться на существенные улучшения в экономической деятельности компании. Применение этих мероприятий, безусловно, способствует не только снижению затрат, но и повышению конкурентоспособности предприятия на рынке.

Данная программа представляет собой важный шаг к улучшению финансовых показателей и повышению общей операционной эффективности организации. В рамках данной программы можно выделить несколько ключевых направлений действий:

Технические мероприятия (внедрение новых технологий и оборудования, которые помогут сократить затраты на производственные процессы; модернизация инфраструктуры для повышения ее надежности и сокращения затрат на обслуживание).

Технологические решения (оптимизация производственных процессов через внедрение Lean-технологий и бережливого производства; применение автоматизации и цифровизации для снижения трудозатрат и повышения точности выполнения операций).

Организационные аспекты (переработка организационной структуры для повышения эффективности управления и уменьшения накладных расходов; обучение и развитие кадров, что позволит увеличить производительность и снизить текучесть кадров).

Программа формируется по следующим направлениям:

- повышение производительности труда;
- улучшение качественных показателей использования подвижного состава;
- внедрение ресурсосберегающих технологий;
- совершенствование закупочных процедур и работы с поставщиками по сдерживанию цен.

Оптимизация затрат означает создание системы управления, которая обеспечивает максимизацию прибыли при минимизации издержек, необходимых для производства товаров, работ и услуг. Отправной точкой для оптимизации затрат является то, что общие эксплуатационные расходы, а также сумма поступлений от перевозок и других видов деятельности должны обеспечивать безубыточность железных дорог.

Наибольший удельный вес в структуре затрат на железнодорожном транспорте имеют, как правило, приходится на затраты на оплату труда, поэтому оптимизация издержек должна начинаться с этого элемента.

В рамках метода введения принципов «эффективного контракта» оптимизация расходов в части фонда оплаты труда может быть осуществлена по трем

методам, которые заключаются в дифференцировании заработной платы в зависимости от уровня сложности выполняемой задачи; определении зависимости заработной платы работников от качества и эффективности их деятельности или оптимизация структуры заработной платы сотрудников, на основе специальных критериев качества и объема выполненной работы. Таким образом происходит более рациональное и справедливое распределение средств между работниками на основе их вклада в производственный процесс.

Кроме того, внимание должно уделяться таким приемам, как материальное и моральное стимулирование бережного использования материальных ресурсов работниками. Более всесторонний анализ затрат и использования ресурсов предприятия позволяет разработать программу мер, принимая во внимание специфические характеристики каждого подразделения в целях улучшения его деятельности.

Применение этих методов оптимизации снижает эксплуатационные расходы не только в отдельных хозяйственных подразделениях, но и во всех хозяйствах, обеспечивающих функционирование железной дороги.

Выводы

Оптимизация затрат предприятия – это многоаспектная деятельность, которая осуществляется в основном в техническом, технологическом и организационном аспектах. В организационном аспекте выделяют такие направления деятельности как, совершенствование организации труда, совершенствование организации производства и деятельность по стандартизации, регламентации и реинжинирингу бизнес-процессов. Важно, чтобы набор инструментов оптимизации затрагивал различные аспекты деятельности, так как комплексные меры, как правило имеют большую эффективность в долгосрочном периоде в сравнении с точечным воздействием.

Список использованной литературы

1. Вельм М.В. Проблемы повышения уровня производительности труда сельскохозяйственной организации / М.В. Вельм, О.В. Власенко // Повышение производительности труда на транспорте – источник развития и конкурентоспособности национальной экономики : сб. материалов 7-й всерос. науч.-практ. конф. (г. Москва, 30 мая 2023 г.). – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2024. – С. 6–12. – EDN FBUZWB.

2. Винокуров Г.М. Методические подходы к расчету производительности труда в несырьевой отрасли региона / Г.М. Винокуров, С.И. Винокуров, М.В. Винокурова // Baikal Research Journal. – 2024. – Т. 15, № 2. – С. 649–661. – DOI 10.17150/2411-6262.2024.15(2).649-661. – EDN RSGUDI.

3. Винокуров С.И. Микроэкономические аспекты изучения производительности труда в агропромышленном комплексе региона / С.И. Винокуров, М.В. Ви-

нокурова // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 6 (167). – С. 579–586. – DOI 10.34925/EIP.2024.167.6.121. – EDN AMQOFN.

4. Винокуров С.И. Отраслевые аспекты организации экономики : учеб. пособие / С.И. Винокуров, Ю.И. Колесник, М.В. Винокурова. – Киров : Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2024. – 121 с. – ISBN 978-5-907851-03-0. – EDN MOMNJO.

5. Гольская Ю.Н. Функционирование и роль транспортной инфраструктуры в устойчивом развитии региона / Ю.Н. Гольская // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – № 7 (113). – С. 61–64. – DOI 10.24412/2411-0450-2024-7-61-64. – EDN WVCPBW.

6. Григорьева Н.Н. АСКУЭ как технологический инструментарий повышения экономической эффективности дирекции по энергообеспечению / Н.Н. Григорьева // Казанская наука. – 2016. – № 4. – С. 26–29. – EDN VWDIJV.

7. Ефимова Н.П. Теоретические посылы возникновения программно-целевого управления расходами бюджета в России / Н.П. Ефимова, О.И. Мокрецова // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 12-4 (65). – С. 810–818. – EDN VPBUUR.

8. Крушинская О.И. Взаимосвязь производительности труда и оплаты труда / О.И. Крушинская // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 3 (152). – С. 1157–1160. – DOI 10.34925/EIP.2023.152.3.228. – EDN HMWLBZ.

9. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 27.11.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.12.2018) // Собрание законодательства РФ. – 07.08.2000. – № 32. – ст. 3340.

10. Сыровешкина Д.А. Комплексный подход к совершенствованию мотивации персонала / Д.А. Сыровешкина, М.В. Вихорева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – № 7 (113). – С. 181–183. – DOI 10.24412/2411-0450-2024-7-181-183. – EDN LFFRAG.

11. Тяпкина М.Ф. Воспроизводство в сельском хозяйстве: ресурсный подход / М.Ф. Тяпкина, В.В. Врублевская. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2024. – 102 с. – EDN NYUGSI.

12. Ямбаева О.Б. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: от теории к практике / О.Б. Ямбаева, А.В. Самсонов // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 2 (163). – С. 1235–1240. – DOI 10.34925/EIP.2024.163.2.245. – EDN QUWYBG.

Информация об авторах

Винокуров Сергей Иннокентьевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления на железнодорожном транспорте, Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: vinokurovsi@mail.ru, ORCID 0000-0001-6768-5604.

Аширова Евгения Викторовна – магистр экономики, заместитель начальника отдела экономики и финансов Восточной дирекции по эксплуатации путевых машин Дирекции ЭПМ ЦДИ филиала ОАО «РЖД».

Authors

Sergey I. Vinokurov – Ph.D., Associate Professor of the Department of Economics and Management in Railway Transport, Irkutsk State University of Transport, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: vinokurovsi@mail.ru, ORCID 0000-0001-6768-5604.

Evgenia V. Ashirova – Master of Economics, Deputy chief of the Department of Economics and Finance of the Eastern Directorate for the Operation of Track Machines branch of JSC Russian Railways.

К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА РАЗВИВАЮЩИХ ИГРУШЕК

Аннотация. В статье обосновывается целесообразность создания компании в сфере производства детских развивающих игрушек. Показаны тенденции развития российского рынка детских игрушек, проанализированы конкурентные преимущества компании. Проведена оценка ключевых процессов бизнеса, выявлена потенциальная целевая аудитория компании по производству развивающих игрушек, определены ее размеры. Проведена оценка размера рынка игрушек в регионе, рассчитана прогнозируемая доля компании на данном рынке.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, развивающие игрушки, рынок игрушек.

**M.V. Vinokurova,
P.S. Vinokurova**

ON THE QUESTION OF ENTREPRENEURSHIP ORGANIZATION PRODUCTION ACTIVITIES EDUCATIONAL TOYS

Abstract. The article substantiates the feasibility of creating a company in the production of children's educational toys. The development trends of the Russian children's toy market are shown and the company's competitive advantages are analyzed. An assessment of key business processes was carried out, the potential target audience of a company producing educational toys was identified, and its size was determined. The size of the toy market in the region was assessed, and the company's projected share in this market was calculated.

Keywords: entrepreneurial activity, educational toys, toy market.

Введение

Товары для детей – продукция, которая в силу своих потребительских свойств предназначена для обеспечения жизнедеятельности, воспитания, физического, интеллектуального, психического, духовного и нравственного развития детей, для социальной адаптации и реабилитации детей, а также для осуществления деятельности в сфере образования, культуры, досуга, охраны здоровья, социального обслуживания, санаторно-курортного лечения детей, детско-юношеского спорта, отдыха детей, их оздоровления и в иных сферах¹.

По оценкам экспертов² отечественный рынок игрушек имеет большой потенциал развития, но при этом ограничен высокой долей импортных игрушек с

¹ Перспективная Программа стандартизации в области товаров и услуг для детей на период 2022–2027 годы. URL: https://tc181.ru/wp-content/uploads/2022/07/pps.-tovary-i-uslugi-dlja-detej-18.04.2022_-k.docx (дата обращения 31.10.2024).

² URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-i-usloviya-effektivnoy-transformatsii-otechestvennogo-proizvodstva-detskih-igrushek>, <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-rynka-igrushek/viewer>.

преобладанием игрушек китайского производства. Это обуславливает актуальность развития данной сферы, результатом которой должен быть рост числа малых предприятий, осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере производства развивающих игрушек.

Цель и задачи исследования

Целью исследования является обоснование целесообразности создания организации по производству и реализации детских развивающих игрушек.

Задачи исследования: определить основные тенденции развития российского рынка детских игрушек; выявить конкурентоспособность организации и проанализировать конкурентные условия, влияющие на бизнес-проект; провести стратегический анализ развития компании; определить целевые аудитории компании по производству детских развивающих игрушек.

Методы исследования

В данном исследовании используются такие методы как наблюдение, анализ, синтез, обобщение, классификация.

Полученные результаты

По данным Федеральной службы государственной статистики, в Иркутской области проживает около 471 тыс. детей, которых можно разделить на три возрастные группы: от младенцев до 4 лет (младший возраст) – около 128 тыс., от 5 до 9 лет (средний возраст) – 168 тыс., от 10 до 14 лет (старший возраст) – 175 тыс. детей (табл. 1)¹. Емкость внутреннего рынка Иркутской области ограничена общим числом потребителей и их возрастными категориями.

Таблица 1

Распределение населения по возрастным категориям

Категория населения	2019	2020	2021	2023	2024	Отношение 24 к 21 г.
Детское население в возрасте от 0 до 15 лет	495 352	494 213	491 943	482 383	470 864	95,06
В том числе: от 0 до 4 лет	166 164	156 988	147 372	135 179	127 771	76,89
в % к общей численности детского населения	33,54	31,77	29,96	28,02	27,14	-6,41
от 5 до 9 лет	178 685	180 980	181 587	174 803	168 057	94,05
в % к общей численности детского населения	36,07	36,62	36,91	36,24	35,69	-0,38
от 10 до 14 лет	150 503	156 245	162 984	172 401	175 036	116,30
в % к общей численности детского населения	30,38	31,61	33,13	35,74	37,17	6,79

¹ URL: <https://38.rosstat.gov.ru>.

Основные тенденции развития российского рынка детских игрушек следующие:

1. Сокращение объема рынка игрушек и его доли на рынке детских товаров.
2. Снижение темпов роста потребительских цен.
3. Трансформация ассортимента, вызванная изменением возрастной структуры детей.
4. Развитие сегмента низких цен.
5. Развитие онлайн-торговли игрушками [1].

Исходя из вышеизложенного создание компании в сфере производства и реализации детских развивающих игрушек будет для рынка Иркутской области очень актуальным.

Компания «Сусам» создается с целью изготовления и продажи развивающих игрушек для развития интеллектуальных и тактильных навыков подрастающего поколения. Одним из конкурентных преимуществ будет являться индивидуальность и персональный подход в изготовлении книжек, а также коллекция стильных и необычных жилеток.

Уникальность и польза продукта создаваемой компании заключается в том, что игрушки ручной работы будут яркими, необычными и стильными, а также помогать развивать различные навыки ребенка, при этом учитывая индивидуальные запросы клиентов компании «Сусам».

Конкурентоспособность компании «Сусам» заключается в следующем:

1. Возможность заказать продукт компании в любой точке страны.
2. Качественное (вежливое, доброжелательное) обслуживание.
3. Предоставление скидок и подарков, например, 10 % скидка для родителей новорождённых.
4. Скорость обслуживания.
5. Внимание к деталям заказа, например, индивидуальная упаковка.

Конкурентоспособность продукции компании «Сусам» заключается в следующем:

1. Качественные и безопасные изделия.
2. Фирменные и оригинальные дизайны развивающих игрушек.
3. Учёт индивидуальных предпочтений в изготовлении товара.
4. Творческий подход в исполнении любой потребительской задумки.

Учитывая все конкурентные преимущества бизнеса и продукции, можно сделать вывод, что данный бизнес будет приносить прибыль.

Для оценки уровня влияния, оказываемого через уже сложившиеся конкурентные условия на бизнес-проект, была использована методика «5 сил Портера», результаты которой представлены в табл. 2.

Для стратегического анализа развития компании можно использовать различные стратегические инструменты, такие как стратегические карты, бизнес модель Остервальдера и др. [2; 3].

Анализ ближней среды методом «5 сил Портера»

Параметр	Значение	Описание	Направление работ
Угроза со стороны товаров-заменителей	Высокий уровень угрозы со стороны ТЗ (4 балла)	Большое количество различных видов развивающих игрушек.	Особое внимание в рекламе уделять совмещению разных видов развивающих игрушек в одной.
Давление имеющихся конкурентов	Высокий уровень угрозы со стороны конкурентов (5 баллов)	Есть ограничения в повышении цен.	Проведение мониторинга предложений конкурентов. Снижение влияния ценовой конкуренции на продажи. Использование накопительной (бонусной) программы.
Угроза появления новых конкурентов	Средний уровень угрозы со стороны новых конкурентов (3 балла)	Низкие барьеры для входа на рынок.	Постоянный контроль качества продукции, получение обратной связи с клиентами и проведение корректирующих мероприятий.
Угроза потери покупателей	Средний уровень угрозы со стороны покупателей (3 балла)	Снижение рождаемости. Уход покупателей к другим производителям (при повышении цен и снижении качества на выпускаемые изделия; появлении менее качественных, но экономичных предложений).	Разработка разных вариантов мягких бизбордов с разными ценами для потребителей, чувствительных к цене.
Угроза нестабильности поставщиков	Низкий уровень влияния поставщиков (2 балла)	Нарушение договоров поставки материалов (ткани, ниток, аксессуаров).	Заключение договоров поставки материалов с несколькими поставщиками.

В табл. 3 представлена бизнес-модель Остервальдера, которую можно использовать для оценки ключевых процессов бизнеса.

Для того, чтобы правильно обращаться к клиентам, грамотно строить маркетинговые коммуникации с ними, выбирать каналы продвижения нашей продукции и эффективно формировать рекламный бюджет любой компании необходимо знать свою целевую аудиторию.

Бизнес-модель Остервальдера «Сусам»

Ключевые партнеры – инвесторы – платные провайдеры – поставщики	Ключевые виды деятельности Продажа и производство необычных, безопасных и интересных развивающих игрушек, и сопутствующих товаров.	Ценностные предложения Уникальные мягкие бизборды (жилетки и книжки), развивающие навыки самообслуживания	Взаимоотношения с клиентами – Индивидуальная работа с клиентом. – Поддержание коммуникации с клиентом в течении его обслуживания.	Потребительская сегментация – Молодые мамы, 18–45 лет – Близкие родственники в основном женского пола,
	Ключевые ресурсы – материальные (Сырье для изготовления этих игрушек, оборудование, методики) – финансовые (собственные деньги). – информационные (реклама, данные о продажах конкурентов) – трудовые (наемные работники)	у ребенка, а также выполненные по эскизам покупателей.	Каналы сбыта Прямой нулевого уровня – непосредственная продажа через интернет-магазин в Вконтакте. Косвенный – через сторонние организации: магазины и т.д.	– 21–55 – Друзья и знакомые в основном женщины – 21–55 – Бабушки, 37–55 лет – Центры раннего развития детей (частные детские сады, развивающие школы)
Структура издержек Сырье, аренда помещения, реклама, заработная плата, налоги.		Потоки поступления доходов Приблизительный размер выручки составляет свыше 100 тыс.		

Потенциальные клиенты делятся на конечных потребителей и покупателей (табл. 4). И эти категории не всегда будут совпадать. В бизнесе по производству развивающих игрушек потребителем будет являться ребёнок, а покупателем – человек, который покупает игрушки для своих или чужих детей, например, родители, бабушки или дедушки, дяди и тети и т.д.

Таблица 4

Потребители и покупатели

Потребитель	Покупатель
Ребёнок от 0 до 3	Молодые мамы от 19 до 37лет
Ребёнок от 0 до 3	Близкие родственники и друзья этих детей
Ребёнок от 0 до 3	Бабушки от 37–55

Что касается клиентов, то компании необходимо остановиться на сегментах B2C рынка, т.к. данная аудитория более теплая и более импульсивная в плане принятия решения, поэтому легче воздействовать на её психологию и предоставить дополнительную ценность наших развивающих игрушек. С аудиторией B2B

возможно будет сотрудничать в дальнейшем, после выхода на большие объемы производства и появления возможности реализовывать продукцию другим компаниям для дальнейшей перепродажи.

Для сегментации целевой аудитории была использована Методика Шеррингтона, потому что она проста в использовании и позволяет сократить время сегментирования аудитории. При этом надо ответить на 5 основных вопросов о клиенте и продукте: что, кто, когда, где, зачем (табл. 5).

Таблица 5

Сегментация рынка по методике 5W Марка Шеррингтона

Показатель	Целевая группа 1	Целевая группа 2	Целевая группа 3
Кто? (Who?) – кто приобретает товар / услугу? какой пол / возраст?	Молодые мамы, 18–45 лет Доход от 45 тыс. р.	Близкие родственники в основном женского пола, 21–55 лет Друзья и знакомые в основном женщины, 21–55 лет Доход от 45 тыс. р.	Бабушки, 37–55 лет Доход от 35 тыс. р.
Что? (What?) – что вы предлагаете? какие товары / услуги?	Бизиборд Жилетка с 5 развивающими элементами Бизиборд Книжка с 4 развивающими страничками	Бизиборд Жилетка с 8 развивающими элементами Бизиборд Книжка с 6 развивающими страничками	Бизиборд Жилетка с 10 развивающими элементами Бизиборд Книжка с 8 развивающими страничками
Почему? (Why?) – почему должны купить именно у вас? какова мотивация/потребность клиента? какую проблему решает товар/услуга?	Стильный дизайн Освобождает время молодых мам Информативность Понятность (нет нужды разбираться в методах игры с нашей игрушкой) Необычность	Информативность Безопасность, Стильный дизайн Индивидуальный подход	Безопасность Информативность
Когда? (When?) – когда захотят приобрести товар/услугу?	Круглый год	Перед праздниками	Перед праздниками Круглый год
Где? (Where?) – где происходит решение о покупке и сама покупка?	Реклама в социальных сетях Группа в ВК Знакомые посоветовали Радио	Вывеска Реклама в социальных сетях Группа в ВК	Реклама по телевизору Газеты По совету знакомых Радио

Исходя из данных таблицы, компании «Сусам» необходимо сконцентрировать свое внимание на такую целевую группу, как молодые мамы в возрасте 18–45 лет.

Размеры этих целевых групп можно определить с использованием рекламного кабинета ВКонтакте, а также таких инструментов для сбора информации о целевой аудитории как Target Hunter (табл. 6).

Таблица 6

Расчет объема рынка

Целевая группа	Молодые мамы, 18–45 лет
Объем рынка в количественном выражении, чел.	6800 ¹
Объем рынка в стоимостном выражении (в месяц), руб.	2500 ² · 6800 = 17 000 000

На основании полученных данных видно, что размер рынка в количественном выражении составляет 6800 чел., что в стоимостном выражении соответствует 17 000 000 руб.

На основании этих данных можно рассчитать прогнозную долю рынка компании «Сусам» (табл. 7).

Таблица 7

Расчет доли рынка

Показатель	Значение / расчет
Число родившихся детей за 2021–2023 гг., чел.	26 180 + 24 578 + 23 273 = 74 031 ³
Средний чек на игрушки, руб.	2 500 ⁴
Потенциальный объем рынка, руб.	74 031 · 2 500 = 185 077 500
Доля рынка	17 000 000 / 185 077 500 · 100 % = 9,2 %

Прогнозируемая доля компании «Сусам» на рынке региона составляет 9,2 %. Таким образом, у компании есть все шансы завоевать рынок детских развивающих игрушек в Иркутской области.

Выводы

Анализ тенденций развития российского рынка детских игрушек показал, что производство детских развивающих игрушек прибыльный бизнес. В статье была обоснована целесообразность создания компании в сфере производства детских развивающих игрушек. Проанализированы конкурентные преимущества компании, основными из которых является уникальность и необходимость товара для определенной целевой группы.

Была проведена оценка ключевых процессов бизнеса, в результате которой выявлены ключевые партнеры, основные виды деятельности, ценностные предложения, взаимоотношения с клиентами, определены основные каналы сбыта,

¹ Данные получены с помощью рекламного кабинета в социальной сети ВКонтакте.

² Средний чек. URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/02112023-tinkoff-business-research-most-popular-and-promising-areas-of-retail-business-in-major-russian-cities>.

³ URL: <https://38.rosstat.gov.ru/folder/167937>.

⁴ Средний чек. URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/02112023-tinkoff-business-research-most-popular-and-promising-areas-of-retail-business-in-major-russian-cities>.

ключевые ресурсы для реализации производства, а также рассчитана структура издержек.

При сегментации целевой аудитории были выявлены три категории потенциальных клиентов, определены их основные характеристики, и посчитан размер потенциальной целевой аудитории для компании по производству развивающих игрушек. В результате оценки размера рынка игрушек в регионе, была рассчитана прогнозируемая доля компании на данном рынке, которая может составить 9% регионального рынка игрушек.

Список использованной литературы

1. Майорова Е.А. Тенденции и перспективы развития рынка игрушек // Российское предпринимательство. – 2019. – № 1. – С. 197–206
2. Винокуров С.И. Стратегические карты как инструмент эффективной деятельности компании // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 5. – С. 176.
3. Винокурова М.В. Стратегический подход к развитию интегрированных и диверсифицированных хозяйственных структур в Байкальском регионе / М.В. Винокурова, С.И. Винокуров // Евроазиатское сотрудничество : материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Иркутск, 14–15 сент. 2017 г.). – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2017. – С. 56–62. – EDN YNNGUB.
4. Винокуров С.И. Отраслевые аспекты организации экономики : учеб. пособие / С.И. Винокуров, Ю.И. Колесник, М.В. Винокурова. – Киров : Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2024. – 121 с. – EDN MOMNJO.
5. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. – Москва : Альпина Паблишер, 2015 г. – 132 с.

Информация об авторах

Винокурова Мария Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: vmv_univer@mail.ru.

Винокурова Полина Сергеевна – ученица 11 класса, МБОУ СОШ № 1, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: vinokpolina@gmail.com.

Authors

Maria V. Vinokurova – Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurial Activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: vmv_univer@mail.ru.

Polina S. Vinokurova – 11th grade student, MBOU Secondary School No. 1, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: vinokpolina@gmail.com.

ВЛИЯНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ ФИНАНСОВОГО РЫНКА НА ВЫБОР ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ КОМПАНИИ

Аннотация. Традиционно компании используют заёмные средства для стратегического развития. Однако существенное изменение макроэкономических условий предопределило необходимость пересмотра подобной стратегии на российском рынке. На основе сравнения условий привлечения различных источников формирования заёмного капитала на российском рынке в период 2023–2024 гг., автором сформирован вывод о предпочтительности увеличения размера собственных средств за счёт увеличения уставного капитала в целях нивелирования риска банкротства компании ввиду реализации риска процентных ставок.

Ключевые слова: структура капитала, стоимость капитала, корпоративный сектор, краудлендинг, цифровые финансовые активы.

R.O. Voskanian

THE IMPACT OF FINANCIAL MARKET CONDITIONS ON A COMPANY'S CHOICE OF FINANCING SOURCES

Abstract. Typically, companies employ borrowed funds for the purpose of strategic development. Nonetheless, the requirement to amend such a strategy in the Russian market has arisen due to a noteworthy change in macroeconomic conditions. The author compares the conditions for attracting different sources of debt capital formation in the Russian market from 2023 to 2024. Based on this comparison, the author concludes that it is better to increase the amount of equity capital by increasing the shareholders' equity. By implementing this, the risk of insolvency or bankruptcy resulting from interest rate risk can be mitigated.

Keywords: capital structure, cost of capital, corporate sector, debt-based crowdfunding, digital financial assets.

Введение

Последние годы российский кредитный рынок развивается в условиях санкционного давления со стороны недружественных государств. По мнению ряда учёных, введённые санкции против банковского сектора российского финансового рынка носят дифференцированный характер [1, с. 25], классифицируются на блокирующие и секторальные [2, с. 13], а также оказали влияние не только на уровень процентных ставок, но и на политику введения дополнительных комиссий [3, с. 25] кредитными организациями.

Изменение конъюнктуры кредитного рынка оказало влияние на деятельность корпоративного сектора. Выбор источников финансирования на кредитном рынке для компаний, как правило, представляется наиболее предпочтительным, т. к. стоимость привлечения заёмного капитала ниже стоимости привлечения собственного. Однако в настоящее время, когда процентные ставки по кредитам

демонстрируют устойчивый рост, руководство компаний вынуждено отказываться от привлечения кредитных ресурсов в связи с возможным негативным влиянием процентного риска при привлечении заёмных средств на условиях в т. ч. плавающей процентной ставки и (или) прироста вероятности потери финансовой устойчивости.

Цели и задачи исследования

Цель настоящей статьи заключается в определении влияния макроэкономических условий на выбор источников финансирования российскими компаниями в условиях повышенной неопределённости. Поставленная цель предопределила необходимость выбора основных источников привлечения долговых обязательств на российском рынке и анализа действующих условий привлечения кредитных ресурсов.

Методы исследования

В процессе исследования использовались общенаучные методы познания: анализ, синтез, сравнение, а также метод трендового анализа.

Полученные результаты

В настоящее время российские компании обладают широким выбором источников привлечения заёмного капитала для финансирования стратегического развития, основными из которых можно признать банковские кредиты, инвестиционные платформы (краудлендинг), облигационные займы и фиксированные цифровые финансовые активы на право денежного требования.

Наиболее распространённым источником финансирования компаний на российском рынке является банковский кредит. Он представляет собой традиционный инструмент формирования заёмного капитала и обладает сравнительно низким уровнем гибкости управления долгом.

Последние 12 месяцев российский кредитный рынок испытывает стресс ввиду последовательного увеличения ключевой ставки Банка России с 7,5 % в мае 2023 г. до 16 % в мае 2024 г. Статистические данные мегарегулятора о средневзвешенных ставках по кредитам в рублях также демонстрируют восходящий тренд. Отметим, что представленные на рис. 1 данные носят усреднённый характер и не ранжированы по секторам экономики и субъектам Российской Федерации.

Повышение стоимости привлечения банковского кредитования предопределяет изменение значений уровня финансового рычага компаний и их способность своевременно и в полном объёме уплачивать проценты за пользование заёмными средствами. Подтверждает данный тезис статистика Федресурса, согласно которой увеличилось количество сообщений о введении судами процедур в отношении юридических лиц о признании должника банкротом и открытии конкурсного производства: I квартал 2023 г. – 1 367 сообщений, II квартал

2023 г. – 1 748 сообщений; I квартал 2024 г. – 2 093 сообщения, II квартал 2024 г. – 2 270 сообщений [4].

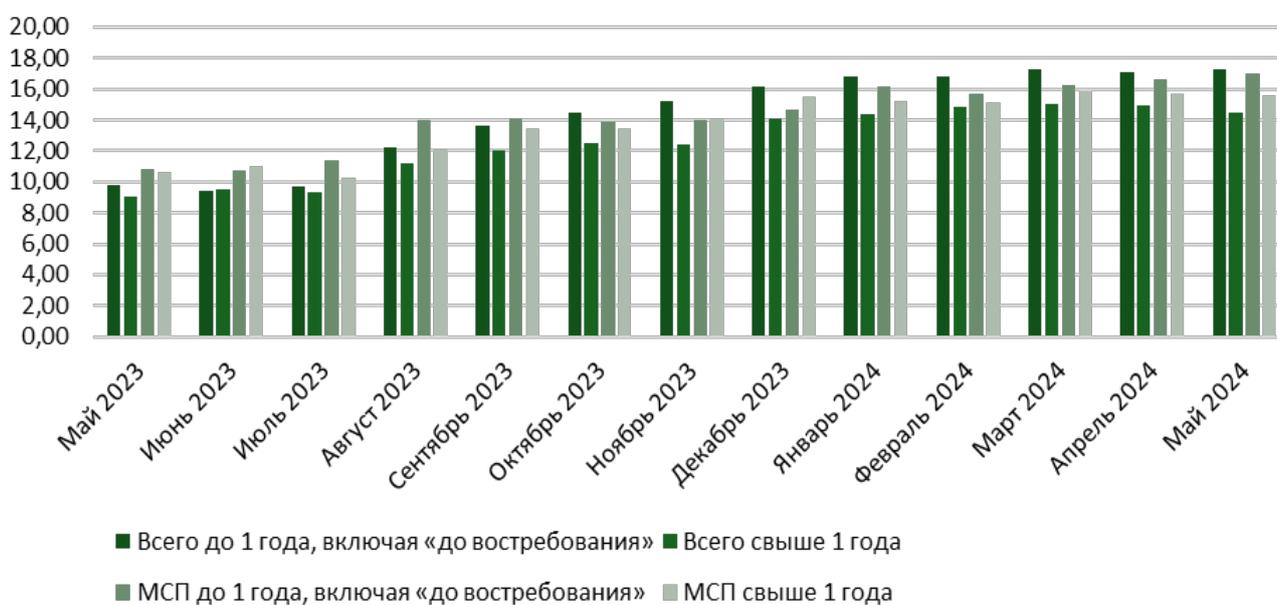


Рис. 1. Средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями нефинансовым организациям в рублях, % (Составлен на базе данных Банка России [5])

Краудлендинговый сегмент кредитного рынка России демонстрирует рост на протяжении последних лет. Объём выдачи заёмного финансирования составил 9,8 млрд р. в 2021 г., 11,6 млрд р. в 2022 г. и 24,1 млрд р. в 2023 г. Несмотря на положительные прогнозы экспертов на 2024 г., присутствует сдерживающий фактор в виде роста ключевой ставки. Под влиянием данного фактора ставки на инвестиционных платформах уже в начале 2024 г. достигли 23–35 % годовых [6].

Российский рынок облигаций также демонстрирует рост. На основании данных Банка России (рис. 2) построена линейная линия тренда, подтверждающая рост объёма рынка облигаций нефинансовых организаций. Превалирующая доля обращающихся на внутреннем рынке облигаций долгосрочные, и лишь в 2023–2024 гг. наблюдается небольшой рост количества краткосрочных облигаций на внутреннем рынке.

На наш взгляд, рост выпуска краткосрочных облигаций обусловлен неопределённостью дальнейшего развития ситуации в экономике, особенно в части установления процентных ставок. Выпуск краткосрочных облигаций в данном контексте следует рассматривать как способ управления процентным риском.

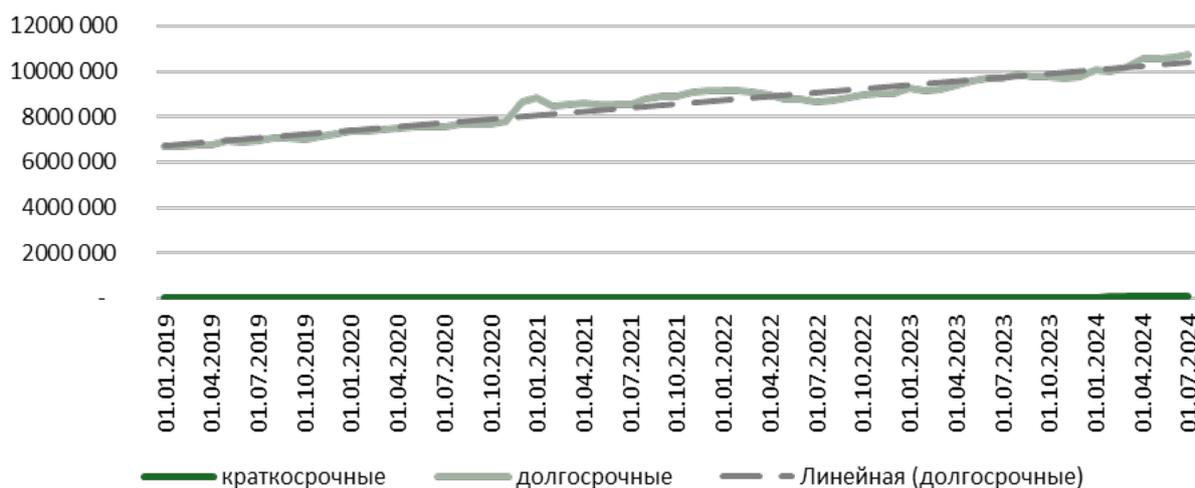


Рис. 2. Выпущенные нефинансовыми организациями на внутреннем рынке долговые ценные бумаги по номинальной стоимости, млн руб.
(Составлен на базе данных Банка России [7])

Публичное размещение облигаций требует от компаний сравнительно больших издержек, связанных с комиссиями и вознаграждениями участникам размещения, и позволяет привлечь большие объёмы нежели на инвестиционных платформах. Многие компании рассматривают процесс публичного размещения облигаций как этап подготовки к последующему размещению акций, тем самым повышая уровень узнаваемости компании на финансовом рынке.

Несмотря на необходимость привлечения капитала на рынке облигаций, множество компаний под влиянием конъюнктуры кредитного рынка выбирает в качестве источника долгового финансирования облигации с плавающим купоном. По расчётам агентства «Эксперт РА», доля таких облигаций, размещение которых окончено в 1-м полугодии 2024 г., без учёта замещающих облигаций резко увеличилась до около 44 % против 14 % годом ранее [8, с. 3]. Облигации с плавающим купоном позволяют управлять процентным риском и инвестору, и кредитору. Вместе с тем по мере роста ключевой ставки Банка России такие облигации также формируют для компаний значительные риски.

Российский рынок цифровых финансовых активов на право денежного требования (далее – ЦФА) находится на этапе становления. В июле 2024 г. в реестр операторов информационных систем, в которых осуществляется выпуск ЦФА входит одиннадцать организаций: три зарегистрировано в 2022 г., семь в 2023 г. и одна в 2024 г. [9].

Основными преимуществами использования ЦФА выступают возможности 1) снижения стоимости транзакций и 2) увеличения скорости привлечения денежных средств по сравнению с фондовой биржей. Тем не менее, ввиду раннего этапа развития рынка ЦФА в России, интерес со стороны инвесторов к ЦФА относительно невелик, поэтому некоторые компании (особенно неизвестные широкой аудитории розничных инвесторов) столкнулись с неудачами при размещении ЦФА.

Согласно открытым данным о размещениях ЦФА в июле 2024 г., ставки привлечения заёмного капитала расположены в диапазоне от 17 до 21 % годовых. Справедливо предположить, что после того как Банк России 29 июля 2024 г. повысил ключевую ставку до 18 %, стоимость привлечения кредитных ресурсов посредством ЦФА также возрастёт.

Выводы

Подводя итог вышесказанному, отметим, что в настоящее время выбор источников заёмного финансирования сопряжён с дополнительными рисками, обусловленными высоким уровнем неопределённости на финансовом рынке и отсутствием оптимизма инвесторов. Фактические процентные ставки по заёмному финансированию определяются на основе заявочной скоринговой оценки компании. Вместе с тем, кредитные организации применяют и поведенческий скоринг, пересматривая условия кредита. Следовательно, даже при отсутствии значительного изменения плеча финансового рычага (отношение заёмного капитала к собственному), может быть достигнут негативный эффект финансового рычага (ЕВІТ/ЕВТ) за счёт роста суммы расходов, связанных с выполнением обязательств по полученным займам и кредитам. Тогда компании столкнутся со снижением рентабельности собственного капитала, следовательно, и текущим снижением инвестиционной привлекательности.

На наш взгляд, в условиях неблагоприятной конъюнктуры кредитного рынка России, руководству компаний следует рассмотреть возможность увеличения размера собственных средств за счёт увеличения уставного капитала. Дополнительные вклады участников или увеличение количества участников позволит компаниям управлять финансовым риском компании таким образом, чтобы не угрожать финансовой устойчивости и платежеспособности.

Список использованной литературы

1. Наточеева Н.Н. Экономический суверенитет банковского сектора России в условиях геополитической напряженности / Н.Н. Наточеева, А.И. Бородин, Т.В. Белянчикова // *Банковское дело*. – 2022. – № 6. – С. 25–30.
2. Синиченко О.А. Влияние санкционной политики на состояние банковского сектора России / О.А. Синиченко // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Экономика. Управление. Право*. – 2024. – Т. 24, № 1. – С. 11–20.
3. Ларионова И.В. Дилемма обеспечения финансовой стабильности и стимулирования экономического роста в новой модели экономического развития / И.В. Ларионова // *Банковские услуги*. – 2023. – № 9. – С. 22–30.
4. Банкротства в России: I полугодие 2024 года. Статистический релиз Федресурса // *Официальный сайт Федресурса*. 2024. – URL: <https://fedresurs.ru/news/6c0127b8-b92d-40a1-a38a-d9ca84f523c1> (дата обращения: 25.07.2024).

5. Процентные ставки по кредитам и депозитам и структура кредитов и депозитов по срочности // Официальный сайт Банка России. 2024. – URL: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/int_rat (дата обращения: 25.07.2024).

6. Трифонова П. Деньги освоились на платформах / П. Трифонова // Коммерсантъ. – 2024. – № 14. – С. 8.

7. Выпущенные на внутреннем рынке ценные бумаги // Официальный сайт Банка России. 2024. – URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/sec_st/issue (дата обращения: 26.07.2024).

8. Облигационный рынок | Россия // Официальный сайт АО «Эксперт РА». 2024. – URL: https://rusbonds.ru/rb-docs/analytics/RA_expert_1721981644.pdf (дата обращения: 26.07.2024).

9. Цифровые финансовые активы и их операторы Официальный сайт Банка России. 2024. – URL: https://cbr.ru/finm_infrastructure/digital_oper (дата обращения: 29.07.2024).

Информация об авторе

Восканян Роза Оганесовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансового и инвестиционного менеджмента, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: rose.01@mail.ru.

Author

Roza O. Voskanian – Candidate of Economics Sciences, Docent, Department of Financial and Investment Management, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, the Russian Federation, e-mail: rose.01@mail.ru.

**Г.В. Давыдова,
С.О. Маркова**

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ НИЗКОРЕНТАБЕЛЬНЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ ЗА СЧЕТ ВНЕДРЕНИЯ МЕТОДОВ УВЕЛИЧЕНИЯ НЕФТЕОТДАЧИ

Аннотация. На сегодняшний день одним из ключевых вопросов нефтегазового сектора экономики России является полнота и качество освоения разведанных нефтяных запасов. В связи с тем, что запасы углеводородов носят конечный характер, появляется острая необходимость полноценно разрабатывать месторождения всех регионов, в том числе и добывать трудно извлекаемые запасы (ТРИЗ) [1]. В рамках современных реалий применяются различные механизмы для увеличения добычи полезных ископаемых и повышения рентабельности нефтедобычи месторождений.

Ключевые слова: рентабельность нефтедобычи, нефтяные запасы, освоение месторождений, геолого-технические мероприятия, показатели экономической эффективности, методы увеличения нефтеотдачи.

**G.V. Davydova,
S.O. Markova**

INCREASING THE OPERATION EFFICIENCY OF LOW-RETURN FIELDS THROUGH THE IMPLEMENTATION OF OIL RECOVERY INCREASED METHODS

Abstract. Today, one of the key issues in the oil and gas sector of the Russian economy is the completeness and quality of development of explored oil reserves. Due to the fact that hydrocarbon reserves are finite, there is an urgent need to fully develop deposits in all regions, including the production of hard-to-recover reserves. Within the framework of modern realities, various mechanisms are used to increase the extraction of minerals and increase the profitability of oil production at fields.

Keywords: profitability of oil production, oil reserves, field development, geological and technical measures, economic efficiency indicators, methods for increasing oil recovery.

Введение

Разработка нефтегазоконденсатных месторождений – трудоемкий и капиталоемкий процесс. В текущих условиях нефтегазовые компании столкнулись с рядом специфических трудностей при извлечении углеводородного сырья, которые влекут за собой экономические потери. Для обеспечения эффективности нефтедобычи, продления срока полезного использования лицензионных участков (ЛУ), а также для максимизации прибыли организаций необходимо прибегать к мероприятиям, поддерживающим дебит нефти, т.е. к методам увеличения нефтеотдачи (МУН).

Цель и задачи исследования

Целью данного исследования является совершенствование методического подхода к оценке эффективности низкорентабельных месторождений.

Для достижения заданной цели необходимо решение ряда задач: оценить текущее состояние и перспективы развития нефтегазового сектора экономики; выявить понижающие факторы эффективности нефтедобычи; выявить и описать методы, способствующие повышению эффективности нефтедобычи; оценить эффективность предлагаемых мероприятий путем формирования технико-экономических моделей.

Методы исследования

В ходе проведения исследования были активно задействованы такие общенаучные методы исследования и приемы, как сравнение, дедукция, системный подход, наблюдение, сбор фактов, сопоставление, моделирование, факторный и сценарный анализ, горизонтальный и вертикальный анализ, синтез научной литературы, обобщение и систематизация информации.

Полученные результаты

В ходе исследования выявлено, что в России более 60 % нефтегазоконденсатных месторождений находятся на стадии истощения, в то время, как уровень добычи нефти с новых и разрабатываемых месторождений сравнительно низок для компенсации растущих затрат на организацию проектов обустройства и бурения.

На устойчивое развитие подобных проектов также оказывает значительное влияние система налогообложения, уровень отчислений на которую составляет более 50 % от стоимости добытого углеводородного сырья (УВС). Многие лицензионные участки находятся на грани рентабельности ввиду высоких показателей удельных операционных и капитальных затрат [2].

В ходе рассмотрения специфики нефтедобычи в России можно выделить ряд ключевых проблемных вопросов:

- рост доли трудноизвлекаемых запасов (недонасыщенные залежи, залежи с высоковязкой нефтью, остаточные залежи с высоким процентом обводненности, нетрадиционные и низкопроницаемые коллектора, не востребованные запасы нефти и др.);
- снижение конечного коэффициента извлечения нефти (КИН);
- увеличение себестоимости добычи УВС;
- уменьшение количества геологоразведочных работ [3].

В ходе решения вышеперечисленных вопросов основное внимание приковано к повышению эффективности работы базового фонда добычи нефти. Проработка уровня эффективности осуществляется посредством следующих направлений:

- повышение эффективности добычи нефти: изменение скорости извлечения остаточных запасов, совершенствование технологий, модернизация инфра-

структуры, интенсивное наращивание объемов добычи, внедрение программ по поддержанию пластового давления (ППД), геолого-технические мероприятия (ГТМ), работа с фондом высокотехнологичных скважин с многостадийным гидроразрывом пласта, ввод в разработку трудноизвлекаемых запасов и месторождений континентального шельфа;

– оптимизация капитальных и операционных затрат за счет формирования стоимостных моделей, сокращение статьи затрат по всей группе месторождений компании.

Главные приоритеты компаний, ведущих разработку месторождений полезных ископаемых, – наращивание дебита нефти, продление рентабельного периода освоения лицензионных участков и, как следствие, извлечение прибыли. В настоящий момент стратегии развития «зрелых» месторождений основаны в большей степени на технологических показателях (объем добычи углеводородного сырья, коэффициент нефтеотдачи, количество скважин и т.д.) без учета экономической эффективности проводимых мероприятий. Для максимизации положительного эффекта от внедрения методов увеличения нефтеотдачи предлагается комплексный анализ как гидродинамических, геологических и технологических показателей, так и экономических параметров.

В целях повышения заинтересованности нефтедобывающих компаний во внедрении МУН в производственные процессы для увеличения срока эксплуатации низкорентабельных месторождений предлагается первичная оценка эффекта в формате создания технико-экономических моделей.

Экономическая модель (ЭМ) – комплекс таблиц в формате Excel, сформированный в результате выполнения арифметических действий с производственными и экономическими показателями, оказывающими влияние на результативность работы предприятия (табл. 1). Единожды сформированные таблицы (модели) позволяют оперативно производить подобные расчеты с вводом новых данных [4].

Таблица 1

Схема формирования показателей эффективности

Категория	Содержание
Физическая модель	Физические данные по добыче нефти, газа, воды, конденсата, уровни закачки и утилизации, динамика фонда скважин
Денежные потоки	Динамика выручки, затрат, прибыли, амортизации и других экономических показателей
Агрегация денежных потоков	Формирование чистого денежного потока проекта с учетом затратных и доходных денежных потоков
Показатели затрат	Капитальные вложения, операционные затраты, затраты на транспортировку продукции, затраты на ГРП и пр.
Реальные и номинальные цены	Учет инфляции в затратах, учет динамики цены на нефть, курса доллара и пр.
Временная дискретизация	Учет стоимости денег во времени – дисконтирование
PI, NPV, IRR и пр.	Показатели эффективности проекта

На примере оценки разработки месторождения Иркутской области с помощью создания технико-экономической модели было выявлено, что наиболее эффективным и результативным подходом к увеличению срока эксплуатации низкорентабельных лицензионных участков является симбиоз внедрения ЭМ, МУН и перехода с режима НДСПИ на режим НДС (табл. 2).

Таблица 2

Показатели эффективности разработки месторождения Иркутской области
в разных сценарных условиях

Показатели эффективности за период 2020–2028 гг.	НДСПИ			НДС			Сравнение НДСПИ и НДС	
	Без МУН	МУН	Дельта	Без МУН	МУН	Дельта	Без МУН	МУН
Добыча нефти, млн т	10	11	1	10	11	1	0	0
Финансирование КВ [5] без НДС, млрд р.	77	79	2	77	79	2	0	0
Операционные затраты, млрд р.	46	54	8	46	54	8	0	0
ЕВИТДА, млрд р.	213	243	30	260	291	32	46	48
НДСПИ/НДС, млрд р.	209	242	33	96	115	18	–113	–127
Чистый денежный поток, млрд р.	105	242	137	142	166	24	37	–76
Внутренняя норма доходности (IRR), проц.	180	183	3	384	385	1	204	202
Дисконтированный поток наличности (NPV), млрд р.	92	108	16	133	150	17	41	42
Дисконтированные инвестиции (PVI), млрд р.	89	90	1	89	90	1	0	0
Дисконтированный период окупаемости (DPP), лет	2	2	0	1	1	0	–1	–1
Индекс доходности (DPI), доли ед.	14	15	1	18	19	1	4	4

Преимуществами предлагаемого подхода являются:

- возможность предварительной стоимостной оценки внедрения мероприятий;
- определение года экономического предела (ГЭП) – качественное применение МУН предполагает смещение ГЭП вправо, увеличивая сроки эксплуатации даже низкоэффективных месторождений;
- принятие решений об освоении новых месторождений;
- значительное сокращение вбросовых затрат;

- расчет экономического эффекта в случае перехода с налогового режима НДС на режим НДС в ходе оптимизации налоговой системы и, как следствие, возможность вовлечь в разработку экономически неэффективные в действующей системе налогообложения запасы;
- увеличение запасов нефти в новых регионах добычи за счет долговременных инвестиций;
- повышение устойчивого развития отрасли в долгосрочных перспективах;
- дополнительные фискальные поступления от прироста добычи УВС и маржинальных проектов;
- увеличение мультипликативного эффекта, способствующего развитию смежных отраслей.

Выводы

В процессе исследования был проработан ряд задач: дана оценка текущего состояния и перспектив развития нефтегазового сектора экономики; определены методы, способствующие повышению эффективности работы нефтегазовых месторождений и причины, препятствующие ее росту; предложены мероприятия, позволяющие увеличить срок эксплуатации низкорентабельных ЛУ и оценено их влияние на эффективность проекта.

При внедрении методов увеличения нефтеотдачи (синергия ЭМ, МУН и перехода на режим НДС) добыча нефти на месторождении Иркутской области в периоде 2024–2028 гг. может вырасти на 1 581 тыс. тонн относительно оценки состояния месторождения в режиме НДС без учета МУН, что позволит повысить эффективность проекта на 63 %. Увеличение показателей по добыче нефти, в свою очередь, способствует росту рентабельности как самого месторождения, так и предприятия в целом.

Таким образом, эффективность работы низкорентабельных месторождений возможно повысить за счет внедрения методов увеличения нефтеотдачи. Год экономического предела смещается вправо, что говорит о значительном продлении срока полезного использования. Особенно эффективным является симбиоз внедрения ЭМ, МУН и перехода с режима НДС на режим НДС.

Список использованной литературы

1. Ковальчук Я.П. Рентабельность нефтегазодобычи: системный подход к многофакторным осложнениям при разработке месторождений жидких углеводородов / Я.П. Ковальчук, И.А. Круглов // Рентабельность. Территория Нефтегаз – 2009. – № 3 – С. 50–56.
2. Лозина П.С. Подход к оценке рентабельности месторождений базовой добычи нефти / П.С. Лозина // Сборник материалов конференции «Устойчивое развитие: общество и экономика», Санкт-Петербург, 2021. – С. 221–225.
3. Alhuthali, A.H., Datta-Gupta, A., Yuen, B. And Fontanilla, J.P.: «Field Applications of Waterflood Optimization via Optimal Rate Control with Smart Wells», SPE

paper 118948, presented at the SPE Reservoir Simulation Symposium, The Woodlands, Texas, February 2–4, 2009. – 15 p.

4. Лозина П.С. Оптимизация затрат на месторождении базовой добычи нефти / П.С. Лозина, О.А. Подкорытова // Сборник материалов международной конференции по естественным и гуманитарным наукам «Science spbu – 2020», Санкт-Петербург, 2020. – С. 995–997.

5. Об утверждении Положения о бухгалтерском учете и отчетности в Российской Федерации : приказ Минфина РФ от 20.03.1992 г. № 10 (ред. от 04.06.1993 г., с изм. от 13.12.1993 г.) // Справочно-правовая система «КонтурНорматив». – URL: <https://normativ.kontur.ru>.

Информация об авторах

Давыдова Галина Васильевна – доктор экономических наук, профессор, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: DavydovaGV@bgu.ru.

Маркова Софья Олеговна – главный специалист отдела по управлению инвестициями, ООО «АнгараНефть», г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: sofia_markova@mail.ru.

Authors

Galina V. Davydova – Doctor of Economics, Professor, Department of Industrial Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: DavydovaGV@bgu.ru.

Sofya O. Markova – Chief Specialist of the Investment Management Department, AngaraNeft LLC, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: sofia_markova@mail.ru.

ВОЗМОЖНОСТЬ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ЗАГОТОВКЕ ЖИВИЦЫ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье исследуется состояние отрасли заготовки живицы, осуществляемой путем подсочки хвойных деревьев, преимущественно сосны, и ее первичной переработки в канифольно-терпентинном производстве. Сделан вывод о практически полной ликвидации этих отраслей в Российской Федерации и зависимости от экспорта из Беларуси и других стран. В мире наблюдается постепенный рост интереса к продукции из живицы, развитие биотехнологий и получение новых продуктов из природного живичного сырья. Потенциал лесов Иркутской области для регулярной заготовки живицы многократно покрывает текущие российские потребности. Восстановление отраслей добычи живицы и канифольно-терпентинной промышленности возможно и целесообразно при участии крупных и средних лесопромышленных предприятий региона.

Ключевые слова: живица, скипидар, канифоль, подсочка, лесохимическая промышленность, экспорт, Иркутская область.

S.A. Karkhova

THE POSSIBILITY OF BUSINESS ACTIVITIES FOR THE OLEORESIN HARVESTING OF IN THE IRKUTSK REGION

Abstract. The article examines the position of the industry of oleoresin harvesting, carried out by cutting coniferous trees, mainly pine, and its processing in Rosin&Turpentine industry. The conclusion is made about the almost complete elimination of these industries in the Russian Federation and dependence on exports from Belarus and other countries. There is a gradual increase in interest to oleoresin products in the world, the development of biotechnologies and the production of new products from natural oleoresin. The potential of the forests of the Irkutsk region for regular harvesting of oleoresin repeatedly covers all the current Russian demand. The renewal of the industry of oleoresin harvesting and the Rosin&Turpentine industry is possible and advisable with the participation of large and medium-sized timber enterprises in the region.

Keywords: oleoresin, turpentine, rosin, forest cutting, forest chemistry industry, export, Irkutsk region.

Введение

Живица – это смола, присутствующая в значительном количестве в древесине хвойных пород деревьев, образующаяся в процессе жизнедеятельности деревьев. В химическом отношении живица является раствором твердых смоляных кислот в жидкой смеси монотерпеновых углеводов.

Наиболее продуктивной породой для получения живицы считается сосна обыкновенная (*Pinus silvestris L.*), из которой в России добывают 99 % всей живицы. В России для получения живицы допускается осуществлять подсочку таких пород как сосна, лиственница, ель и пихта.

Получение живицы путем подсочки считается эффективным способом многолетней прижизненной эксплуатации сосновых древостоев. Саму подсочку осуществляют путем нанесения специальных ранений на растущее дерево по определенной технологии. Технология подсочки, технологические схемы и методы, правила подсочки могут различаться в разных странах, и зависят от породно-видового состава древостоев, природно-климатических условий произрастания, а также от национальных традиций. Соответственно различается химический состав и свойства смол.

Живица и баррас (окислившаяся и кристаллизовавшаяся смола) являются сырьем для канифольно-терпентинного производства, в котором получают продукты первичной переработки – скипидар живичный и канифоль живичную. Сосновая живица содержит около 75 % канифоли, 18 % скипидара, 6 % воды и 1 % сора [1, с. 33].

Основные сферы использования канифоли – резинотехническая, электротехническая, лакокрасочная, фармацевтическая и много других отраслей. Скипидар сегодня – не просто органический растворитель, а сырье для органического синтеза. В странах, где исторически велась заготовка живицы и где имеются лесохимические производства и развиваются биотехнологии, продолжают разрабатывать новые способы глубокой переработки скипидара с получением инновационных продуктов, обладающих полезными свойствами, например, фармакопейных препаратов, парфюмерных отдушек, «зеленых» полимеров [2], биодизельного топлива.

Цель и задачи исследования

Цель исследования направлена на изучение перспектив и определение возможности восстановления отраслей добычи сосновой живицы путем подсочки и канифольно-терпентинного производства в лесном комплексе Иркутской области.

Задачи исследования включают:

- 1) оценку исторического опыта и текущей ситуации в сфере заготовки живицы и выпуска живичного скипидара и живичной канифоли;
- 2) анализ конъюнктуры мирового и российского рынков продуктов, полученных из живицы;
- 3) оценка потенциала лесов Иркутской области для целей заготовки живицы;
- 4) определение целесообразного пути восстановления отраслей добычи живицы и канифольно-терпентинного производства в Иркутской области.

Методы исследования

В основу исследования положено представление о необходимости изменения практики лесопользования с ориентацией на концепцию устойчивого развития и инновационное развитие экономики Российской Федерации. При проведении исследования применены общенаучные методы исследования, экономико-аналитические методы.

Полученные результаты

В настоящее время в России подсочка леса практически прекращена. Российское производство канифоли и скипидара преимущественно представлено лесохимическими продуктами переработки отходов сульфатно-целлюлозного производства – талловой канифолью и сульфатным скипидаром. По качественным показателям эти продукты уступают продуктам, полученным из живицы, добытой путем подсочки, и имеют ограниченную область применения. По стоимости продукция сульфатно-целлюлозного производства логично выигрывает.

Переработка пневого осмола в канифольно-экстракционной промышленности на территории ЕАЭС полностью прекращена в 1990-е годы; возврат данной технологии нецелесообразен.

Максимальный объем заготовки живицы в СССР был в 1965 г. и составлял 198,2 тыс. т [3, с. 4]. В 1980-е годы объемы заготовки живицы достигали порядка 145 тыс. т на площади 1,3 млн га леса [4, с. 97]. С наступлением перестройки отрасль была практически ликвидирована, и добыча живицы в начале 2000-х годов по стране составляла порядка 2–3 тыс. т в год.

В 1985 г. СССР выпускал 35 тыс. т живичного скипидара, а в 2004 г. производство в России составило всего 1,2 тыс. т [5, с. 5]. Маркетинговые агентства сообщают, что в 2023 году в стране произведено всего 483 т живичного скипидара, и сложно утверждать насколько данная цифра реальна.

Лесопромышленники обычно указывают на три обстоятельства, ставшие причиной ликвидации отрасли в 1990–2000-х годах. Во-первых, это изменение законодательных норм лесопользования, которое привело к тому, что лесопромышленные предприятия стали брать лесные участки в аренду под заготовку древесины, без обязательства осуществлять сбор живицы и других побочных продуктов леса на протяжении нескольких лет предшествующих рубке. Второй важной причиной можно считать вход на российский рынок китайских экспортеров канифоли, скипидара и их производных, отличающихся низкой ценой при низком качестве. Третье обстоятельство – это общемировой спад в традиционных центрах добычи, вызванный рядом технологических и экономических факторов, среди которых развитие нефтехимии, рост стоимости рабочей силы при отсутствии возможности механизации, создание лесозаготовительных и лесохимических производственных мощностей в развивающихся странах, избыточно обеспеченных лесными и трудовыми ресурсами.

Мировыми центрами заготовки живицы в настоящее время являются Китай, Индонезия и Бразилия, которые в совокупности добывают около 90 % живицы [6, с. 231]. В Европе промысел сохранился в Греции, Испании, Португалии, Финляндии, также США. Например, во Франции, где добыча смолы была важной традиционной отраслью и полностью исчезла в 1990-х годах, в настоящее время подсочный промысел возрождается благодаря появлению новых нишевых рынков и новых способов заготовки [7].

В представленной ниже таблице приводятся сведения о странах-экспортерах и импортерах канифоли и скипидара на основании статистики мировой

торговли (доступная статистика не позволяет разделить продукцию канифольно-терпентинного, канифольно-экстракционного и сульфатно-целлюлозного производств).

Основные мировые экспортеры и импортеры лесохимической продукции в 2022 году (по данным сайта TrendEconomy.ru)

Страны-Импортеры		Страны-Экспортеры	
Канифоль и смоляные кислоты	Скипидар живичный, древесный или сульфатный	Канифоль и смоляные кислоты	Скипидар живичный, древесный или сульфатный
Китай (14,75 %)	Индия (54,87 %)	Индонезия (20,82 %)	Бразилия (25,78 %)
Португалия (11,88 %)	Франция (21,52 %)	Бразилия (20,07 %)	Индонезия (19,22 %)
Индия (10,45 %)	США (12,31 %)	Вьетнам (14,50 %)	Вьетнам (11,52 %)
Япония (8,03 %)	Япония (3,05 %)	США (8,15 %)	Финляндия (8,48 %)
Нидерланды (6,91 %)		Китай (7,28 %)	Португалия (6,82 %)
Германия (5,96 %)		Финляндия (6,45 %)	

Поставщиками импортной канифоли и смоляных кислот (код ТНВЭД: 380610) в Российскую Федерацию, согласно статистике [8], в 2020 году являлись: Беларусь (доля 63,7 % по стоимости и 47,0 % по массе), Бразилия (11,5 % и 19,8 %), Вьетнам (9,5 % и 14,3 %), Индонезия (7,8 % и 12,5 %).

Как было ранее сказано, российское производство канифоли – это талловая канифоль, а на азиатских рынках наблюдается дефицит дешевой талловой канифоли и сульфатного скипидара. Поэтому наша страна экспортирует канифоль и смоляные кислоты, полученные в сульфатно-целлюлозном производстве, в такие страны как: Китай (доля 83,5 % по стоимости и 87,9 % по массе), Беларусь (5,2 % и 3,9 %), и в меньших объемах в Турцию, Индию и другие, согласно данным за 2020 год. Основным российским регионом-экспортером канифоли является Иркутская область (доля 81,3 % по стоимости и 85,8 % по массе), и также Карелия (12,1 % и 10,5 %).

Скипидар (код ТНВЭД: 380510) из России экспортируется в Индию (доля 73,2 % по стоимости и 66,4 % по массе), Китай (11,7 % и 10,1 %), Финляндию (10,3 % и 19,6 %) из нескольких российских регионов: Карелии, Иркутской области, Бурятии, Ленинградской области, Марий-Эл и др. Причем в объеме экспорта доля сульфатного скипидара составляет 98,9 % по стоимости и 99,8 % по массе; доля живичного скипидара – 1,1 % по стоимости и 0,2 % по массе.

Импорт в Россию скипидара в 2020 году осуществлялся из Беларуси (доля 98,0 % по стоимости и 99,5 % по массе), а также в незначительном объеме из Швеции, Германии, Португалии и других европейских стран. В том числе почти весь объем импорта (99,4 % по стоимости и 99,8 % по массе) приходится на живичный скипидар.

Таким образом, потребности Российской Федерации в продукции из древесной живицы покрываются поставками из Беларуси. В 2020 году масса импортируемого из Беларуси живичного скипидара составила 204,64 т на сумму 462,09 тыс. долл., канифоли – 2 910,42 т на сумму 6 509 тыс. долл. Расчетная средняя цена импорта из Беларуси в 2020 году: 2 258 долл./т живичного скипидара и 2 236 долл./т канифоли [8].

Беларусь оказалась единственной страной постсоветского пространства, которая не разрушила советский подход к комплексному лесопользованию. Здесь заготовка живицы ведется частными предприятиями в промышленных масштабах с ежегодным наращиванием объемов согласно спросу. Крупнейшим изготовителем и переработчиком живицы в Беларуси является ОАО «Лесохимик». Оценив тенденции рынка живицы и экономическую рентабельность деятельности, Министерство лесного хозяйства Беларуси в 2023 году обязало начать ее заготовку лесхозами, входящими в состав территориальных государственных производственных лесохозяйственных объединений. Государственные задания на добычу живицы в объеме 400 тонн были установлены 45 лесхозам в составе шести государственных лесохозяйственных объединений [9]. Реализация живицы осуществляется на внутреннем рынке лесохимическим предприятиям страны. А также недавно Министерство лесного хозяйства вывело живицу как экспортную товарную позицию на Белорусскую универсальную товарную биржу. Следует отметить, что качество белорусской лесохимической продукции оценивается высоко и отвечает требованиям российских ГОСТов.

Сосновая живичная канифоль является дефицитным товаром. Проблема компенсации дефицита живичной канифоли и замены ее другими продуктами – талловой канифолью или нефтехимией – стала актуальной еще в 1970-х годах. Для многих сфер ее применения решения так и не были найдены, в частности, в резиновой, шинной, лакокрасочной, электротехнической, радиотехнической, пищевой, фармацевтической и других отраслях. С другой стороны, реализуемая государственная научно-техническая политика отдает приоритет развитию биотехнологий, и ведутся научные исследования по получению новых материалов на основе древесной живицы.

В 2012 году была принята «Комплексная программа развития биотехнологий в Российской Федерации на период до 2020 года», в которой была продиктована необходимость модернизации лесного сектора и перехода на биотехнологические методы и продукты, замены химических продуктов биологическими. В октябре 2024 года в СМИ сообщили о работе над новым национальным проектом «Биоэкономика», который планируется утвердить 1 апреля 2025 года [10].

Необходимость и актуальность возрождения канифольно-терпентинного производства на территории России озвучивается белорусскими учеными [11, с. 32]. А действующая «Стратегия развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 года», к сожалению, усматривает только перспективы для наращивания сбыта талловой канифоли в страны Азии.

Иркутская область – регион, обладающий значительным лесоресурсным и лесопромышленным потенциалом. В Лесном фонде Иркутской области преобладают хвойные породы деревьев, в том числе сосна занимает 15 474,5 тыс. га площади, и лиственница – 18 413,8 тыс. га. Доля площади лесов региона, относимых к эксплуатационным, равна 46,7 %. Спелые и перестойные насаждения в лесном фонде составляют 31 % площади. Эти площади представляют ресурсный потенциал для заготовки живицы. В регионе развития лесная промышленность, создан лесопромышленный кластер. При этом лесопользование в регионе по-прежнему ведется по экстенсивной модели, с вырубкой лучших запасов древесных ресурсов [12, с. 250, 259].

В настоящий момент добыча и первичная переработка древесной живицы в регионе не осуществляется. В «Лесном плане Иркутской области на 2019–2028 годы» деятельность по заготовке живицы возможна, но не предусмотрена, показатели на весь плановый период установлены на нулевом уровне. Фактические объемы заготовки живицы за 2012–2017 годы также нулевые, т.е. деятельность не велась. Из открытых данных о договорах аренды лесных участков Министерства лесного комплекса Иркутской области следует, что по состоянию на июнь 2024 года, в области нет ни одного договора аренды на заготовку живицы, ни одного лесопользователя, намеревающегося осуществлять подсочку леса.

Вопрос реалистичной оценки потенциала лесов по запасам недревесных ресурсов – проблемный [13, с. 111]. В Лесном плане Иркутской области установлен потенциальный объем использования лесов ежегодно для целей заготовки живицы – 4 012,9 тыс. га. При оценке по среднему выходу живицы 107,6 кг с 1 га леса [14, с. 250], получаем, что потенциальный эксплуатационный запас Иркутской области по сосновой живице составляет порядка 430 тыс. т в год. Этот объем многократно перекрывает величину внутренней потребности отечественной промышленности, покрываемую за счет белорусской продукции.

Выводы

Несмотря на то, что Иркутская область обладает достаточной ресурсной базой и близостью к азиатским рынкам сбыта, возродить подсочку и канифольно-терпентинную отрасль, по нашему мнению, будет разумно:

- 1) в рамках крупного и среднего лесопромышленного производства, а не малого бизнеса;
- 2) при одновременном создании производственных мощностей по первичной переработке;
- 3) как отрасль, большей частью ориентированную на потребности внутреннего рынка, а не на экспорт.

Заметим, что предпринимательскую деятельность по заготовке и переработке живицы организовать и реализовать гораздо сложнее, чем, например, сбор и переработку пищевых ресурсов леса. Хотя учеными предлагаются технические решения для создания канифольно-терпентинных производств малых мощностей [4], ключевое значение будут иметь экономические критерии – рентабель-

ность, капиталовложения, конъюнктура рынков сбыта. Устойчивость бизнеса и экономическая эффективность крупных производств обычно выше.

В Лесном кодексе Российской Федерации (ст. 31) деятельность по заготовке живицы выделена в отдельный вид лесопользования в силу ее специфики и сложности. Законодательно установлено требование об обязательном заключении договора аренды лесов для целей заготовки живицы, независимо от того, кто и для каких целей осуществляет заготовку – юридические лица и индивидуальные предприниматели как коммерческую деятельность, или обычные граждане для личных нужд (и, в реальности, перепродажи).

Действующие «Правила заготовки живицы» (утв. Приказом Минприроды России от 09.11.2020 г. № 911) регламентируют обязательное внесение деятельности по заготовке живицы в лесной план субъекта РФ, лесохозяйственный регламент лесничества, а также составление проекта освоения лесов. Правила устанавливают критерии отнесения лесных насаждений к пригодным для подсочки, технологию и технологические параметры проведения подсочки по породам деревьев, а также права и обязанности лесопользователей. Осуществляется государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль за выполнением законодательства и договорных требований.

Предпринимательская деятельность по заготовке живицы сопровождается значительным объемом регламентации, трудностью государственного контроля на лесных участках, а также риском ущерба, который может быть нанесен лесному хозяйству при несоблюдении правил подсочки. После подсочки арендатор будет обязан также провести рубку подсоченных деревьев, что затрудняет заключение договоров. С экономической точки зрения, заготовка живицы – трудоемкая, с бесперспективностью механизации и автоматизации, с незначительными вложениями в основные фонды, сезонная и малорисковая хозяйственная деятельность. Оценка экономической рентабельности в производственных условиях Иркутской области затруднена и сильно зависит от конкретных природных условий и технологии. Скорее всего, это низкорентабельная деятельность, но которую следует рассматривать в контексте многоцелевого лесопользования – получения доходов от рубки древесины по истечении срока подсочки, параллельного ведения заготовки других лесных ресурсов. И данная деятельность будет иметь смысл только при условии создания перерабатывающих мощностей вблизи мест заготовки.

Строительство лесохимического завода потребует значительных инвестиций, которые потенциально доступны и интересны крупным и средним многопрофильным лесопромышленным компаниям. У лесопромышленников, осуществляющих заготовку и глубокую переработку древесины, имеются в аренде лесные участки, назначенные в рубку, как правило, распланированные по срокам заготовки на среднесрочную и долгосрочную перспективу. Требуется внесение изменений в договора аренды и проекты освоения лесов, с введением второй цели лесопользования – заготовки живицы. Для стимулирования создания нового лесохимического производства со стороны государства возможно использование инструментов стимулирования в виде установления «нулевых» ставок

платы за использование лесов для заготовки живицы до момента выхода новых производств на самоокупаемость. Кроме того, именно крупные лесопромышленники обладают лучшим потенциалом, чтобы обеспечить соблюдение требований ГОСТов к качеству продукции, проводить исследовательскую и опытную работу, наладить устойчивые связи с российскими потребителями и, при необходимости, выйти на зарубежные рынки сбыта. Также им присуща большая производственная гибкость и способность быстро (в данном случае, в течение одного года) наращивать или сокращать производство, реагируя на спрос.

Таким образом, заготовка живицы и ее переработка могут стать одним из направлений развития лесной промышленности региона и, главное, станет еще одним шагом к интенсификации использования лесов и реализации принципов устойчивого управления лесами.

Список использованной литературы

1. Рязанова Т.В. Химическая переработка древесины : учеб. пособие. В 2 ч. Ч. 2. Технология основных лесохимических производств / Т.В. Рязанова, О.Н. Ерёмченко, Е.В. Исаева ; СибГУ им. М.Ф. Решетнева. – Красноярск, 2021. – 90 с.
2. Радбиль А.Б. Новые материалы глубокой переработки скипидара / А.Б. Радбиль, И.С. Ильичев, А.А. Шалашова, Л.Л. Семеньчева // Вестник ННГУ. – 2014. – № 2-1. – С. 91–95.
3. Пастухова Н.О. Критерии смолопродуктивности сосновых древостоев // дисс. ... канд. с.х. наук : 06.03.02 / Н.О. Пастухова; Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова. – Архангельск, 2017. – 159 с.
4. Горкин А.И. О возможности переработки сосновой живицы на местах ее заготовки / А.И. Горкин // Лесной журнал (Изв. высш. учеб. заведений). – 2019. – № 1 (367). – С. 96–105.
5. Радбиль А.Б. Направления квалифицированного использования скипидара / А.Б. Радбиль // Химия растительного сырья. – 2005. – № 1. – С. 5–11.
6. Bildik Dal, A. E., & Güle, M. (2023). COLOPHONY and It's Derivatives as Corrosion Inhibitor Agent. JENAS Journal of Environmental and Natural Studies, 5(3), 231–236. <https://doi.org/10.53472/jenas.1382148>.
7. Rubini, M. & Clopeau, A. & Sandak, J. & Dumarçay, S. & Sandak, A. & Gerardin, P. & Charrier, B. (2022). Characterization and classification of Pinus oleoresin samples according to Pinus species, tapping method, and geographical origin based on chemical composition and chemometrics. Biocatalysis and Agricultural Biotechnology, 42, 102340. <https://doi.org/10.1016/j.bcab.2022.102340>.
8. Статистика внешней торговли России. Анализ онлайн : Интернет-портал. – URL : <https://statimex24.ru/statistic/> (дата обращения 25.10.2024).
9. На заготовку – 127 дней // Белорусская лесная газета. – 13.07.2023. – URL: <https://rg.ru/2023/08/07/v-rossii-v-dva-raza-uvelichilos-proizvodstvo-skipidara.html> (дата обращения 25.10.2024).

10. Что будет включать новый нацпроект по биоэкономике // Ведомости. – 11.10.2024. – URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2024/10/11/1067981-chto-budet-vklyuchat-novii-natsproekt-po-bioekonomike> (дата обращения 27.10.2024).

11. Ключев А.Ю., Прокопчук Н.Р., Мазало Н.А. Способы переработки живицы сосны обыкновенной (*Pinus Sylvestris* L.) // Труды БГТУ. Сер. 2: Химические технологии, биотехнология, геоэкология. – 2023. – № 2 (271). – С. 26–34.

12. Русецкая Г.Д. Реализация принципов устойчивого управления древесными ресурсами в лесах Иркутской области / Г.Д. Русецкая, О.И. Горбунова // Известия Байкальского государственного университета. – 2021. – Т. 31, № 2. – С. 248–261.

13. Никитенко Е.Б. Оценка ресурсного потенциала недревесных ресурсов леса в рамках устойчивого лесопользования / Е.Б. Никитенко // Известия Байкальского государственного университета. – 2021. – Т. 31, № 1. – С. 109–116.

14. Панасенкова Е.Ю. Возможные направления развития биоэкономики в Иркутской области / Е.Ю. Панасенкова, С.С. Тимофеев // XXI век. Техносферная безопасность. – 2019. – Т. 4, № 2 (14). – С. 248–259.

Информация об авторе

Кархова Светлана Александровна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: 342428@mail.ru.

Author

Svetlana A. Karkhova – Ph.D. in Economics, Ass. Professor, Department of Sectoral Economics and Natural Resourced Management, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: 342428@mail.ru.

**Л.В. Кислицына,
А.Т. Айбашева**

ХАРАКТЕРИСТИКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ШВЕЙЦАРИИ

Аннотация. Малые и средние предприятия становятся неотъемлемым звеном в структуре общественного воспроизводственного процесса, без которого невозможно обеспечить успешное социально-экономическое развитие общества и рост эффективности производства. Экономика Швейцарии считается одной из наиболее стабильных в мире. Средний уровень доходов швейцарцев и их предприятий намного превышает среднемировой. А малый и средний бизнес являются основой швейцарской экономики, поэтому его анализ представляется актуальным. В статье рассматриваются политика Швейцарии в отношении малого и среднего бизнеса, отмечаются его особенности в части организации и государственной поддержки.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, экономика, Швейцария, финансирование, научно-инновационная деятельность, стимулирование малого и среднего предпринимательства.

**L.V. Kislitsyna,
A.T. Aybasheva**

CHARACTERISTICS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN SWITZERLAND

Abstract. Small and medium-sized enterprises become an integral part of the structure of the social reproductive process, without which it is impossible to ensure the successful socio-economic development of society and the growth of production efficiency. Switzerland's economy is considered one of the most stable in the world. The average income level of the Swiss and their enterprises is much higher than the world average. And small and medium-sized businesses are the backbone of the Swiss economy, so its analysis seems relevant. The article discusses Switzerland's policy towards small and medium-sized businesses, notes its peculiarities in terms of organization and state support.

Keywords: small and medium-sized businesses, the economy, Switzerland, financing, research and innovation, stimulating small and medium-sized businesses.

Введение

Малые и средние предприятия играют важнейшую роль в экономике Швейцарии. От простой пекарни до активного интернет-стартапа или производителя оборудования – малые и средние предприятия составляют подавляющее большинство предприятий и создают две трети рабочих мест в стране. Они вносят значительный вклад в развитие страны, экономический рост и процветание.

Целью настоящего исследования является характеристика малого и среднего бизнеса Швейцарии.

При проведении исследования авторами были использованы такие методы сравнительный анализа, синтез и обобщение.

Полученные результаты

Осознавая важность малого и среднего бизнеса в Швейцарии, Конфедерация уделяет особое внимание этим компаниям и прилагает усилия для удовлетворения их потребностей. Применяя индивидуальный подход, Конфедерация постоянно стремится упростить жизнь представителей малого и среднего бизнеса и создать оптимальные условия для развития их предприятий. Основные цели швейцарской стратегии по поддержке малого и среднего бизнеса заключаются в следующем: снижение административной нагрузки, развитие электронного правительства, стимулирование создания новых компаний, улучшение условий финансирования компаний, облегчение доступа к рынкам капитала и содействие инновациям.

Государственный секретариат по экономическим вопросам (SECO) играет ключевую роль в политике поддержки малого и среднего бизнеса. Он работает в тесном сотрудничестве с различными партнёрами, в том числе с центром передового опыта в области интернационализации предприятий Switzerland Global Enterprise, Швейцарским фондом страхования экспортных рисков (SERV) и четырьмя швейцарскими кооперативными гарантийными компаниями. Государственный секретариат по вопросам образования, исследований и инноваций (SEFRI) также участвует в обеспечении наилучших возможных условий. Среди других важных партнёров – ассоциации, представляющие экономику, такие как Швейцарский союз искусств и ремёсел (USAM), Швейцарская федерация предпринимателей (economiesuisse) и отраслевые ассоциации.

SECO использует единый и уникальный критерий: количество сотрудников. Любое коммерческое предприятие, независимо от его организационно-правовой формы и вида деятельности, считается малым и средним, если в нём работает менее 250 человек, то есть от 1 до 249 сотрудников.

Европейская комиссия определяет малые и средние предприятия как организации, в которых работает менее 250 человек. Они также должны иметь годовой оборот до 50 миллионов евро или общую стоимость активов не более 43 миллионов евро.

Для сохранения привлекательности и конкурентоспособности швейцарских компаний федеральное правительство разработало стратегию экономического развития на период 2024–2027 годов. Основное внимание в новых мерах уделяется усилению поддержки малого и среднего бизнеса и регионов, а также устойчивому развитию и цифровизации.

Доклад о стимулировании экономики на 2024–2027 годы был одобрен Федеральным советом 25 января 2023 года. Одна из его основных целей заключается в разработке инструментов стимулирования экономики, финансирование которых завершилось в конце 2023 года. Федеральный совет запросил у парламента общий бюджет в размере 646,13 млн швейцарских франков.

Эти инвестиции швейцарского правительства повышают привлекательность и конкурентоспособность Швейцарии как места для ведения бизнеса. В этом контексте важными элементами являются усиление поддержки малого и среднего бизнеса и регионов, а также уделение внимания устойчивому развитию и цифровизации.

Для повышения конкурентоспособности Швейцарии как места для ведения бизнеса правительство принимает различные меры по стимулированию экономики, в числе которых: улучшение рамочных условий для малого и среднего бизнеса, укрепление регионов, вклад в устойчивое развитие, повышение привлекательности швейцарского экономического и туристического ландшафта.

Шесть предложенных Федеральным советом указов, которые были представлены парламенту, касаются электронного управления (E-governance: инициативы SECO), организации, продвигающей инновации в сфере туризма, продвижения экспорта в Швейцарии.

Эти указы призваны обеспечить дальнейшее финансирование и развитие инструментов, полезных для этих шести отраслей, с 2024 по 2027 год. Федеральный совет также предлагает издать федеральный указ о реализации многолетней программы «Новая региональная политика» на 2024–2031 годы.

Таблица 1

Коммерческие компании Швейцарии в первичном, вторичном и третичном секторах экономики в 2021 году

Размер компании	Компании	%	Сотрудники	%
1 сотрудник	316,500	51,93 %	316,500	6,83 %
2 сотрудника	83,812	13,75 %	167,624	3,62 %
3–4 сотрудника	81,761	13,41 %	277,008	5,98 %
5–9 сотрудников	65,001	10,66 %	421,221	9,09 %
10–19 сотрудников	32,969	5,41 %	438,344	9,46 %
20–49 сотрудников	18,443	3,03 %	551,146	11,89 %
50–99 сотрудников	5,903	0,97 %	406,664	8,78 %
100–199 сотрудников	2,858	0,47 %	394,434	8,51 %
200–249 сотрудников	573	0,09 %	126,996	2,74 %
Промежуточный итог по МСП (1–249)	607,820	99,72 %	3,099,937	66,90 %
250–499 сотрудников	960	0,16 %	326,757	7,05 %
500–999 сотрудников	422	0,07 %	295,431	6,38 %
Более 1000 сотрудников	316	0,05 %	911,403	19,67 %
Всего компаний	609,518	100,00 %	4,633,528	100,00 %

Размер компании	Компании	%	Сотрудники	%
Микропредприятия (1-9)	547,074	89,76 %	1,182,353	25,52 %
Малые предприятия (10–49)	51,412	8,43 %	989,490	21,36 %
Предприятия среднего размера (50–249)	9,334	1,53 %	928,094	20,03 %
Крупные предприятия (более 250)	1,698	0,28 %	1,533,591	33,10 %
Всего компаний	609,518	100,00 %	4,633,528	100,00 %

В современных условиях цифровизация инструментов экономического стимулирования является неизбежной. EasyGov.swiss как онлайн-платформа для компаний представляет особый интерес для малого и среднего бизнеса.

В период с 2024 по 2027 год планируется расширить спектр услуг, предоставляемых этой платформой, с акцентом на снижение административной нагрузки на бизнес.

Усилия в области цифровизации будут и дальше предприниматься в рамках Новой региональной политики (НРП), которая зарекомендовала себя как инструмент продвижения для соответствующих заинтересованных сторон. Особое внимание будет уделяться устойчивому развитию и местной экономике. Наконец, поддержка экспортно-ориентированных предприятий будет усилена за счет совместных рекламных мероприятий за рубежом.

На малые и средние предприятия приходится более 99 % компаний и две трети рабочих мест в Швейцарии. Малые и средние предприятия, то есть компании, в которых работает менее 250 сотрудников, составляют более 99 % коммерческих предприятий в Швейцарии и создают две трети рабочих мест в стране. Об этом свидетельствуют данные Структурной статистики бизнеса (STATENT) Федерального статистического управления (FSO).

В настоящей работе основное внимание уделяется трем секторам экономики: первичный сектор, который охватывает сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство; вторичный сектор, охватывающий добывающую и обрабатывающую промышленность, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, а также строительство; третичный сектор экономики, который охватывает такие сферы услуг, как розничная торговля, оптовая торговля, рестораны и даже телекоммуникации

Количество малых и средних предприятий и сотрудников в разбивке по юридическим структурам выглядит следующим образом (табл. 2).

В категорию «Прочие» входят швейцарские филиалы компаний, зарегистрированных за рубежом, компании, созданные в соответствии с законодательством Швейцарии, и иностранные компании.

Таблица 2

Коммерческие предприятия с численностью сотрудников от 1 до 249 человек
в первичном, вторичном и третичном секторах экономики в 2020 году

Форма организации	малый и средний бизнес	сотрудники
Индивидуальный предприниматель	323,572	569,172
Корпорация (SA)	120,930	1,620,556
Общество с ограниченной ответственностью (SARL)	129,373	559,473
Ассоциация	11,991	123,671
Простое партнерство	8,537	35,751
Полное партнерство	5,790	21,777
Кооперативная компания	3,155	43,672
Фонд	1,689	67,805
Товарищество с ограниченной ответственностью	591	2657
Прочие	2,185	55,172
Всего	607,820	3,099,937

Финансирование – необходимый этап в развитии малого и среднего бизнеса. Помимо банковских учреждений, существует ряд организаций, которые поддерживают малый и средний бизнес и могут оказать помощь начинающим предпринимателям. SECO начала составлять каталог участников конкурса, проводимого Genilem, швейцарской ассоциацией, которая помогает создавать предприятия. В каталоге представлены листы с данными, в которых указаны размер инвестиций, отрасли бизнеса, подходящие регионы, процесс отбора и условия кредитования. Эта новая услуга направлена на поддержку создания новых предприятий в Швейцарии и упрощение административных процедур для предпринимателей.

Швейцарские малые и средние предприятия в основном финансируются за счёт собственного капитала. Но в банковских кредитах им отказывают очень редко. Согласно репрезентативному опросу 2 712 швейцарских малых и средних предприятий, проведённому Государственным секретариатом по экономическим вопросам (SECO), около 37 % предприятий малого и среднего бизнеса в настоящее время полностью финансируются за счёт собственных средств по сравнению с 62 % в 2016 году. Такое развитие событий объясняется влиянием пандемии коронавируса на экономику Швейцарии. По сравнению с предыдущим опросом займы у родственников, друзей или акционеров, а также лизинг становятся всё более важными.

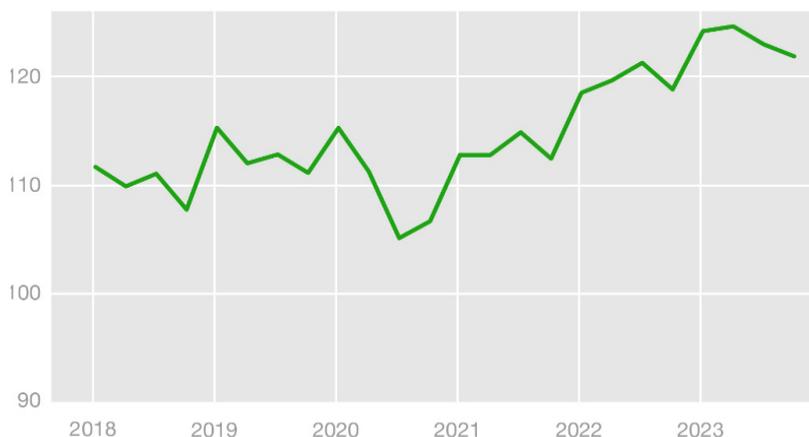
Однако банковское финансирование остаётся наиболее важной формой финансирования для малого и среднего бизнеса. Общий объём корпоративных кредитов, выданных банками в Швейцарии, увеличился на 28 % с 325 млрд швейцарских франков в 2015 году до 416 млрд швейцарских франков в июне

2021 года. Из общего объёма около 87 % пришлось на малый и средний бизнес с численностью сотрудников менее 250 человек. Из всех заявок на банковское финансирование только 3 % были отклонены. Что касается стартапов, то многие из них привлекают венчурных инвесторов.

Швейцарские малые и средние предприятия, которые полагаются на внешние источники финансирования, по сути, используют банковские кредиты. Гарантии для малого и среднего бизнеса, созданные для упрощения доступа к банковским кредитам, быстро набирают популярность и превосходят цели, поставленные Конфедерацией. Инвестиции, связанные с венчурным капиталом, в Швейцарии хорошо развиты. По сравнению с ВВП они немного сократились за последние годы.

В настоящий момент общий доход швейцарской промышленности вернулся к росту после падения во время пандемии коронавируса в 2020 году. В целом, несмотря на растущую международную конкуренцию и давление со стороны сильного франка, вторичный сектор восстановился после начала кризиса в сфере здравоохранения в 2020 году. В этом году его оборот достиг новых высот, что является положительным результатом для компаний этого сектора.

Change in the total revenue of companies in the secondary sector, excluding construction adjusted for calendar effects (index 100 = average 2015)



Динамика розничной торговли, в реальном выражении
(индекс 100 = среднее значение 2015 г.)

(Источник: FSO, ежеквартальные изменения во вторичном секторе)

Выводы

В настоящее время FSO не учитывает все отрасли третичного сектора и, следовательно, не имеет общего показателя совокупного дохода для этого сектора.

В завершении работы возможно сформулировать ключевой вывод о том, что внимание, которое уделяется малому и среднему бизнесу в Швейцарии, приносит свои положительные результаты. Настоящий опыт может быть интересен и полезен другим странам для решения задач в части повышения привлекательности данной формы организации и ведения бизнеса.

Список использованной литературы

1. Белозеров С.А. Государственное стимулирование инновационной деятельности в Швейцарии и России / С.А. Белозеров, В.В. Заболоцкая // Экономика и бизнес. – 2021. – № 1. – С. 108–120.
2. About SME Portal. – URL: <https://www.kmu.admin.ch/kmu/en/home.html>.
3. An official website of the European Union // Eurostat. – 20.10.2024 г. – URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/data/statistical-themes#general-regional-statistics>.
4. Emerald insight. – URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSMA-02-2021-0063/full/html#sec002>.
5. Regulated United Europe. – URL: <https://rue.ee/jurisdictions/switzerland>.

Информация об авторах

Кислицына Лариса Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедры финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: visnip@mail.ru.

Айбашева Адельфина Тезекбаевна – студент, кафедры финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: adelfina.004@mail.ru.

Authors

Larisa V. Kislitsyna – candidate of economical science, associate professor of the department of «Finance and financial institutions», Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: visnip@mail.ru.

Adelfina T. Aybasheva – student of the department of «Finance and financial institutions», Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: adelfina.004@mail.ru.

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

Аннотация. Финансовое обеспечение предприятий, для любой формы собственности и вне зависимости от размерности бизнеса, является важнейшим вопросом, требующим решения на старте и в процессе развития. Особые экономические условия, отличающиеся высокой стоимостью заемного капитала, создают дополнительные ограничения для привлечения ресурсов особенно в сегменте малого и среднего бизнеса. Решение данной проблематики логичным образом может быть достигнуто путем расширения спектра государственных источников финансирования. Авторы посвятили настоящую статью изучению этого вопроса в контексте сегодняшнего дня. Статья может быть полезна для всех, кто интересуется вопросами малого бизнеса, возможности его организации и ведения в современных условиях.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, источники капитала, финансовое обеспечение, финансирование, государственное финансирование.

**L.V. Kislitsyna,
A.A. Krendeleva****STATE FINANCING OF SMALL
AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN RUSSIA**

Abstract. Financial support of enterprises, for any form of ownership and regardless of the size of the business, is the most important issue that needs to be addressed at the start and in the process of development. Special economic conditions, characterized by high cost of borrowed capital, create additional restrictions for attracting resources, especially in the segment of small and medium-sized businesses. The solution to this problem can be logically achieved by expanding the range of public sources of funding. The authors dedicated the present article to studying this issue in the context of today. The article can be useful for everyone who is interested in small business issues, the possibility of organizing and conducting it in modern conditions.

Keywords: small and medium-sized businesses, sources of capital, financial support, financing, government financing.

Введение

В период с 2021 года по 2023 год малый и средний бизнес (далее МСБ) столкнулся с множеством трудностей, одной из которых являются санкции. Как известно, в феврале 2022 года страны Запада начали вводить беспрецедентные по объему пакеты санкций в отношении РФ. Несмотря на негативные последствия от санкционного режима, иностранные компании своим уходом с российского рынка, создали условия для его замещения отечественными компаниями, что в отдельных моментах благоприятно повлияло на развитие малого и среднего бизнеса.

Цель и задачи исследования

Цель исследования заключается в рассмотрении вопроса организации государственного финансирования малого и среднего бизнеса в современных условиях.

Авторами были использованы такие **методы исследования** как статистический анализ, синтез и обобщение.

Полученные результаты

Как известно, все компании в зависимости от размера делятся на микро-, малые, средние и большие. Для отнесения компании к каждой из категории используется годовой доход и число сотрудников. Чем больше доход и чем больше сотрудников, тем больше компания. Микропредприятия имеют годовой доход меньше 120 миллионов рублей. Малые – от 120 до 800 миллионов. Средние – от 800 миллионов до 2 миллиардов рублей в год. Большие – выше 2 миллиардов рублей в год.

Открытые данные налоговой службы иллюстрируют, что всего в России в 2023 году 5,8 миллиона микро-, 212 тысячи малых, 18 тысяч средних, 443 тысяч крупных предприятий.



Рис. 1. Количество субъектов бизнеса в 2023 году
(Составлен по данным: [2; 4])

При этом, в числе субъектов бизнеса в 2023 году большую долю занимают микропредприятия (рис. 1). Второе место по доли занимают крупные предприятия, третье место соответственно малый бизнес, а самой маленькой долей обладают средние предприятия. Популярность микропредприятий связана с отсутствием потребности в значительных стартовых вложениях капитала. Так же при создании предприятия можно получить финансирование от государства и различные льготы. Иногда микропредприятия становятся первой ступенью для развития бизнеса, в дальнейшем предприятие может выйти на более высокий уровень.

Далее проанализируем изменение количества предприятий по категориям за период с 2021 года по 2023 год (рис. 2).

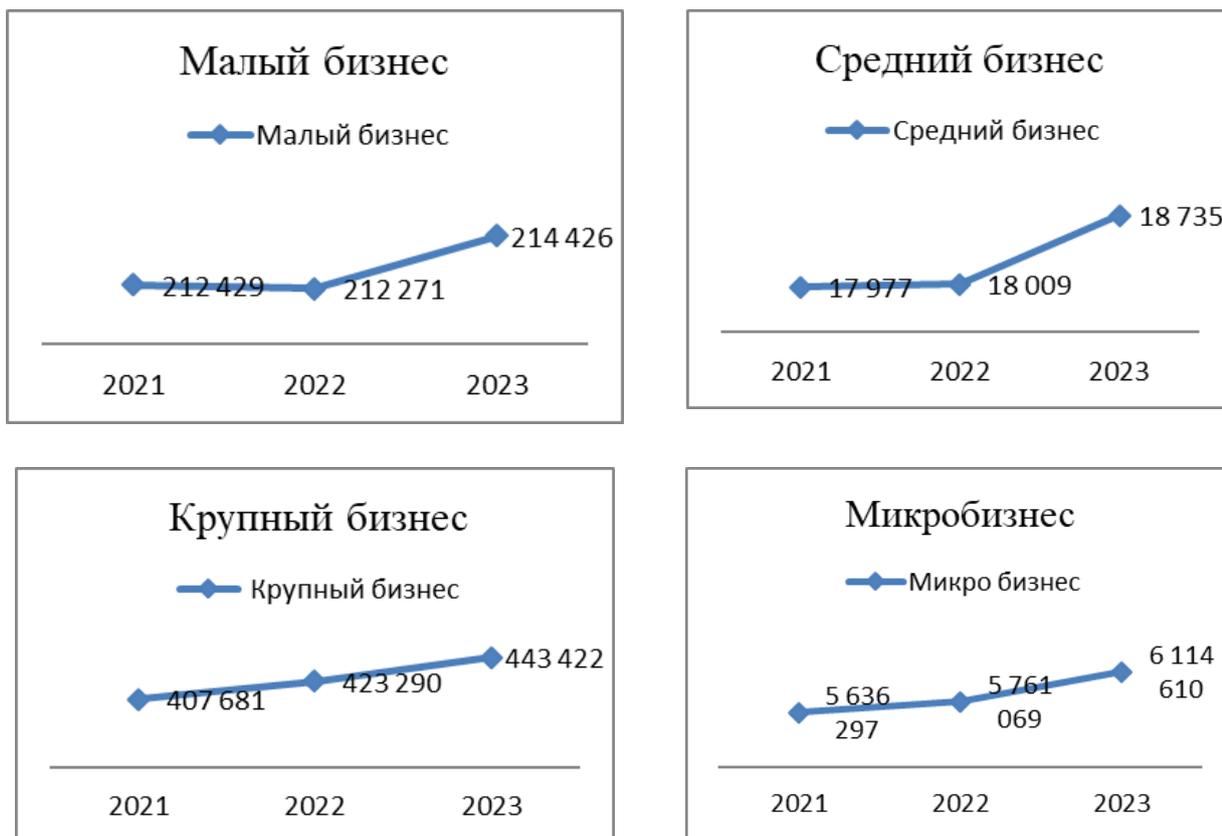


Рис. 2. Количество предприятий по категориям за период с 2021–2023 гг.
(Составлен по данным: [2])

Во всех категориях бизнеса наблюдается рост на протяжении всего рассматриваемого периода, кроме малого бизнеса. У малого бизнеса в 2022 году наблюдается уменьшение количества компаний на 158 предприятий. Изменение незначительное, оно может быть вызвано неустойчивостью новых компаний, многие из которых только недавно были микропредприятиями и оказались не в полной мере готовы к изменившимся внешним условиям.

Тематика финансового обеспечения деятельности бизнеса всегда будет актуальной, поскольку без финансовых ресурсов ни одно предприятие не сможет функционировать и развиваться.

Внутренние источники формируются в результате хозяйственной деятельности предприятия. К внутренним источникам финансирования малого и крупного бизнеса можно отнести: выручку от продаж; выручку от реализации иных активов предприятия, в том числе основных средств, запасов, ценных бумаг; ускорения оборачиваемости ранее авансированного оборотного капитала.

Внешними источниками финансовых ресурсов для субъектов малого бизнеса являются: финансирование со стороны собственников; безвозмездное бюджетное и внебюджетное финансирование; лизинг; заемное финансирование в

виде банковских и небанковских кредитов и займов; привлеченное финансирование, через такие формы как аутсорсинг, субподрядные отношения, франчайзинг, краудное финансирование.

Среди внешних источников финансирования можно выделить бюджетное финансирование, для предприятий малого бизнеса данный источник финансирования занимает особое место. Рассмотрим подробнее такой способ бюджетного финансирования как предоставление субсидий и грантов государством.

Субсидии выплачивают из бюджета определенного уровня. Такие выплаты предусмотрены исключительно для малого и среднего бизнеса, который зарегистрирован в Едином реестре субъектов МСП. Целевой характер выплат является одним из ключевых признаков. Их получение на те или иные цели (на лизинг оборудования, возмещение ставок по банковским кредитам, сертификацию продукции, получение патентов и свидетельств и др.) также предусматривает конкурсный характер предоставления.

Государственные гранты являются безвозмездной финансовой помощью, ориентированной на развитие коммерческого или социального проекта. Как правило эта мера поддержки, реализуемая также на конкурсной основе, носит региональный характер. Средства гранта возможно направить, например, на открытие бизнеса, который реализует ту или иную социальную функцию (обеспечит регион необходимой продукцией, рабочими местами, детскими образовательными учреждениями и пр.).

Проанализируем динамику размера государственной финансовой поддержки с помощью субсидий и грантов в 2023 году (рис. 3).

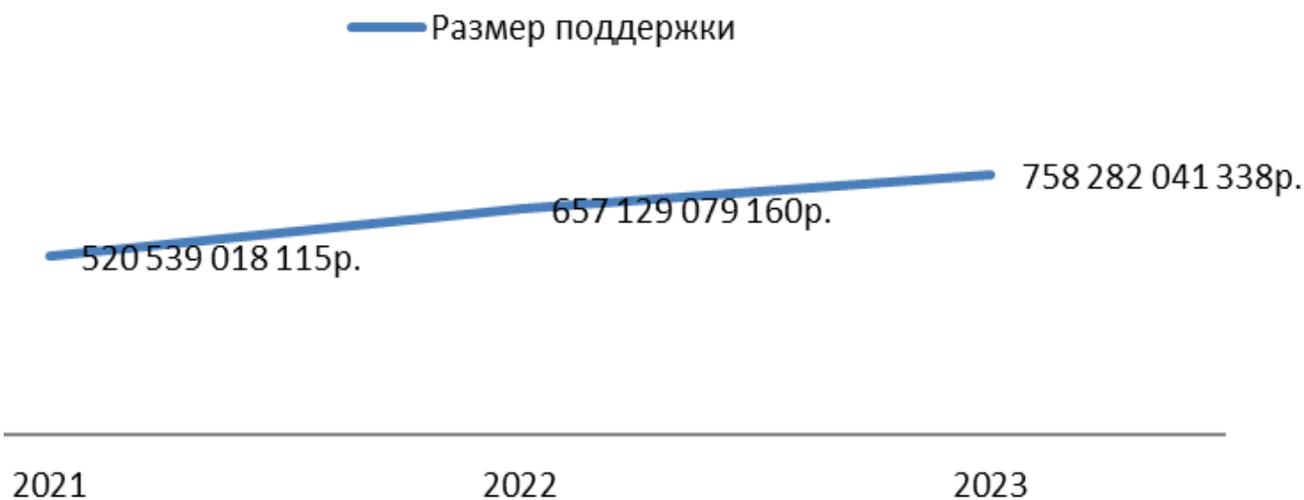


Рис. 3. Размер оказанной государственной финансовой поддержки с помощью субсидий и грантов в 2023 году
(Составлен по данным: [3])

В целом, размер оказанной поддержки по субсидиям и грантам вырос за рассматриваемый период на 45,7 %. Рост связан с санкционным режимом и ухудшением внешнеэкономических условий для развития МСБ. Государство стре-

миться увеличивать размеры поддержки МСБ, т.к. от скорости адаптации МСБ к новым реалиям зависит структурная трансформация экономики страны.

Анализ количества получателей субсидий и грантов на протяжении рассматриваемого периода иллюстрирует по всем категориям увеличение в размере 8,8 %, что является индикатором того, что на отечественном рынке имеет место множество ниш для создания нового бизнеса, при одновременной поддержке со стороны государства (рис. 4).

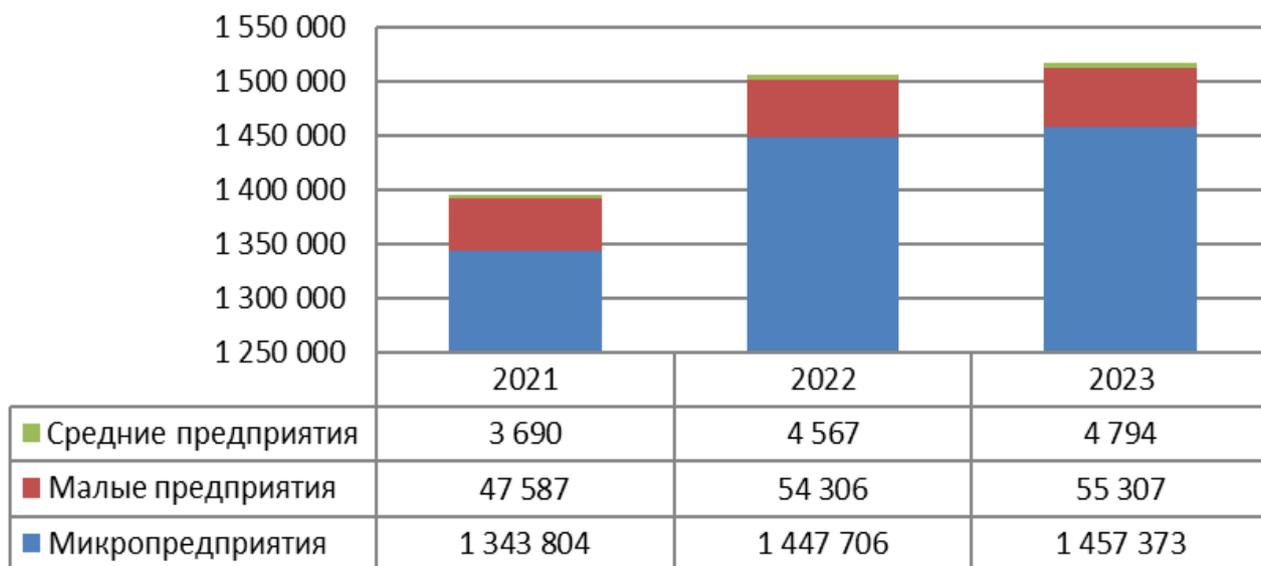


Рис. 4. Количество получателей субсидий и грантов за 2021–2023 гг.
(Составлен по данным: [3])

Выводы

В целом, можем сделать вывод, что государственная политика имеет большое влияние на развитие и поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства в России. Она направлена на создание благоприятных условий для его развития и увеличение количества малых и средних предприятий.

Для динамичного роста сегмента малого бизнеса необходимо активное вмешательство государства, формирование благоприятной экономической инфраструктуры и сокращение административных барьеров.

Список использованной литературы

1. Сибекова А.Р. Малый и средний бизнес России в Условиях санкций/ А.Р. Сибекова // Cyberleninka.ru. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/malyuy-i-sredniy-biznes-rossii-v-usloviyah-sanktsiy>.
2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства // Федеральная налоговая служба – URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html>.

2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства – получателей поддержки // Федеральная налоговая служба. – URL: <https://rmsp-pp.nalog.ru/statistics.html#formkind=0106&statdate=15.10.2024>.

3. Количество крупных и средних предприятий и организаций // ЕМИСС Государственная статистика. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/58026>.

4. Какие субсидии смогут оформить начинающие предприниматели в 2024 году // Banki.ru. – URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10976268>.

5. Меры господдержки для малого и среднего бизнеса // Garant.ru. – URL: <https://www.garant.ru/article/1691600>.

Информация об авторах

Кислицына Лариса Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: visnip@mail.ru.

Кренделева Анастасия Андреевна – студент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: krendeleva2021@mail.ru.

Authors

Larisa V. Kislitsyna – candidate of economical science, associate professor of the department of «Finance and financial institutions», Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: visnip@mail.ru.

Anastasia A. Krendeleva – student of the department of «Finance and financial institutions», Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: krendeleva2021@mail.ru.

Л.В. Кислицына,
А.Д. Сергушов,
А.А. Тарасова

КРЕСТЬЯНСКОЕ (ФЕРМЕРСКОЕ) ХОЗЯЙСТВО КАК ОСОБАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация. Современные условия хозяйствования predetermined динамичное развитие малого бизнеса. При этом ключевые задачи экономики выступают мощным стимулом для формирования особой формы ведения бизнеса, а именно крестьянских (фермерских) хозяйств. Эта сфера финансово-хозяйственной деятельности имеет ряд отличительных особенностей, в том числе и в части управления финансами. В статье авторами рассматриваются специфические моменты, касающиеся организации финансов, отдельные аспекты формирования капитала, особенности управления доходами и расходами.

Ключевые слова: малый бизнес, крестьянское (фермерское) хозяйство, доходы, расходы, капитал.

L.V. Kislitsyna,
A.D. Sergushov,
A.A. Tarasova

PEASANT FARMING AS A SPECIAL FORM OF SMALL BUSINESS ORGANIZATION

Abstract. Modern business conditions predetermined the dynamic development of small businesses. At the same time, the key tasks of the economy act as a powerful incentive for the formation of a special form of doing business, namely peasant (farmer) farms. This area of financial and economic activity has a number of distinctive features, including in terms of financial management. In the article, the authors consider specific points regarding the organization of finance, certain aspects of capital formation, features of income and expense management.

Keywords: small business, peasant (farm) economy, income, expenses, capital.

Введение

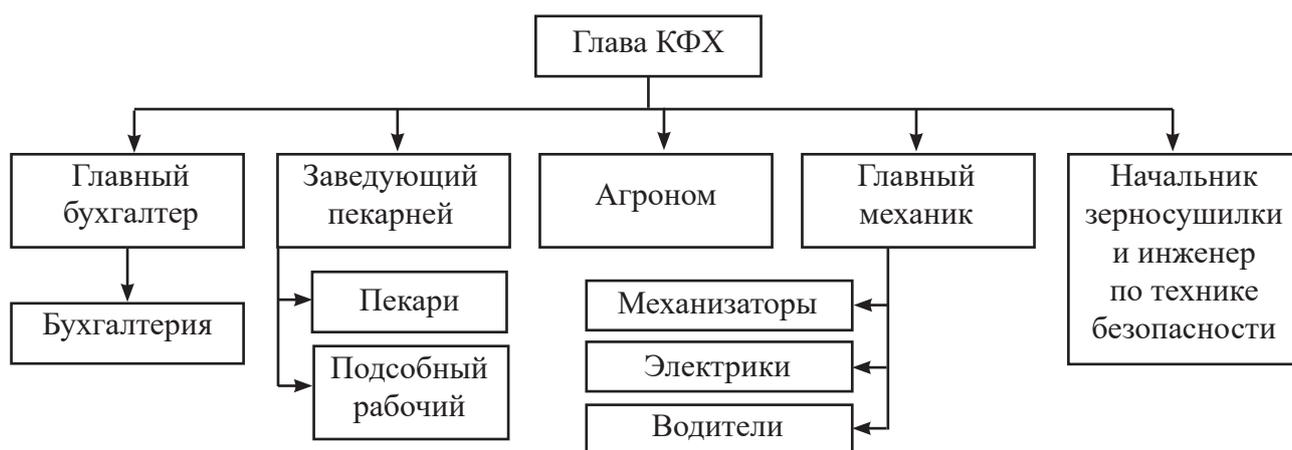
Сельское хозяйство является одной из ключевых отраслей отечественной экономики, определяя в значительной степени продовольственную безопасность государства. В последние годы крестьянские (фермерские) хозяйства все больше привлекают начинающих предпринимателей. В связи с чем любые вопросы, касающиеся этой сферы актуальны для изучения.

Целью настоящего **исследования** является рассмотрение крестьянского (фермерского) хозяйства как особой формы организации малого бизнеса.

Авторами при проведении исследования были использованы такие **методы исследования**, как: синтез, обобщение, статистический и экономический анализ.

Полученные результаты

Фермерские хозяйства создаются либо путем выделения из бывших колхозов, либо «с нуля». Второй способ в настоящее время является самым распространенным. Как правило в этом случае хозяйство получает в собственность земельный участок на праве пожизненного наследуемого владения для ведения фермерского хозяйства. Чаще всего большую долю в стартовом капитале занимают кредиты банка. Именно эти ресурсы направляются на приобретение тракторов, комбайнов, автомобилей, сеялки, культиватора и другого необходимого имущества. В дальнейшем первые урожаи становятся источником финансирования приобретения семян и кормов для животных.



Типовая организационная структура КФХ

На рисунке представлена типовая организационная структура КФХ. В хозяйстве, как правило, 2 бухгалтера, один из которых занимает пост главного бухгалтера и совмещающий должность финансиста.

У пекарни не так много функций. К ним относится в первую очередь выпечка и реализация хлебобулочных и кондитерских изделий. Заведующий пекарней, который также совмещает в себе функции главного технолога подчиняется кроме главы КФХ и главному бухгалтеру.

К функциям агронома относятся: изучение и внедрение передовых методов возделывания полевых культур, разработка производственных планов, видов и количества посадочных культур, ведение переговоров по заключению договоров на приобретение семян растений, организация работы по подготовке почвы к посеву, осуществление контроля над подготовкой семян, организация работы по посеву полевых культур, разработка планов (календарных графиков) по уходу за посевами, контроль выполнения работ по сбору, транспортировке к местам хранения собранного урожая.

Отдел механизации во главе с главным механиком организует эксплуатацию и обслуживание транспорта и сельхозтехники.

Как правило, фермерское хозяйство реализует социальную функцию. В частности, приобретая оборудование для пекарни, большинство КФХ занимают-

ся выпечкой хлеба. Первые заявки как правило небольшие – порядка 200 булок хлеба и немногим более 300 хлебобулочных изделий. В дальнейшем, приобретая с использованием лизинга оборудование мельницы, создается возможность увеличения объемов производства с каждым годом, в том числе за счет использования современных технологий и покупки новой техники для увеличения производительности. КФХ, как правило, обеспечивает своей хлебобулочной продукцией не только местное население своего села, а также население близлежащих сел и деревень. Зерно продают как крупным покупателям, так и обычному населению (в виде дробленки).

Динамичное увеличение доходов позволяет финансировать расширение своих площадей за счет введения в оборот заброшенных полей. Среднестатистическое КФХ также работает по следующим направлениям: выращивание многолетних культур, животноводство, лесозаготовки, производство продуктов мукомольной и крупяной промышленности, работы столярные. При этом, большинство КФХ в своей деятельности ориентированы на достижение следующей стратегической цели: расширение действующего производства за счет увеличения посевных площадей и укрепления материально-технической базы.

Существенную роль в организации процесса финансирования КФХ играет государственная финансовая поддержка. Ее значимость подтверждается существенными объемами, так в отдельных КФХ на 1 руб. выручки может приходиться до 30 коп. бюджетных субсидий. Именно бюджетные субсидии оказывают существенное влияние на рентабельность КФХ. Если рассчитать этот показатель без учета бюджетных субсидий, то КФХ зачастую формирует убытки, и, следовательно, вместо рентабельности определяется показатель убыточности. Если же учитывать бюджетные субсидии, то текущая деятельность КФХ становится рентабельной. Нераспределенную прибыль хозяйство практически сразу использует. Направляется она в основном на первоначальные взносы по договорам лизинга или кредитов.

Возмещение стоимости основных средств КФХ осуществляет путем включения амортизационных отчислений в издержки производства. Амортизационные отчисления производятся в течение нормативного срока службы основных средств или срока, за который их балансовая стоимость полностью переносится в затраты на производство.

Доходы от инвестиционной деятельности включают в себя продажу основных средств. Поскольку сельскохозяйственную технику очень сложно реализовать, то КФХ нашло выход: основные средства оно продает мелким фермерам, но поскольку у них практически отсутствуют денежные средства и они не могут продать свою продукцию крупным покупателям (т.к. они не заключают договоров с мелкими поставщиками), то они рассчитываются с хозяйством своим зерном на сумму приобретенной техники. Полученное от мелких фермеров зерно КФХ реализует крупным покупателям.

Финансовое планирование, как правило, осуществляется ежегодно, однако иногда составляют программы на более долгий срок для стратегического плани-

рования. Так, ежегодно хозяйство предоставляет в Министерство сельского хозяйства Соглашение, в котором указывает объем посевных площадей, которые планирует засеять в будущем году, объем производства зерна, планируемый к получению, объемы заготовки сена.

Выводы

Таким образом, фермерское хозяйство является достаточно динамичной формой организации малого бизнеса. Вместе с тем, практика показывает, что устойчивость этого развития возможна только при условии достаточного финансового обеспечения, особенно в части государственного финансирования.

Список использованной литературы

1. Иджилова Д.В. Основные проблемы развития малого и среднего предпринимательства в современных условиях / Д.В. Иджилова, Б.А. Натyroва, Н.Е. Чадлаева, В.Г. Доржиева, Д.Б. Баршева, А.С. Нагадинова, Б.С. Болдырев // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 11-1. – С. 92–96.

2. Зиаетдинова А.Р. Особенности малого бизнеса в сельском хозяйстве / А.Р. Зиаетдинова, З.А. Залилова, Р.Р. Валеев, Е.Е. Абзалилова // Фундаментальные исследования. – 2024. – № 6. – С. 94–100.

3. Кислицына Л.В., Максимов Б.В. Финансирование сельскохозяйственных предприятий как особый процесс // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10, № 1 (34). – С. 207–210.

4. Кислицына Л.В. Финансовое обеспечение сельскохозяйственных предприятий / Л.В. Кислицына, В.Т. Аладин, Б.В. Максимов // Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе : материалы 5-й междунар. науч.-практ. конф. (г. Иркутск, 22 нояб. 2022 г.). – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2023. – С. 317–324.

Информация об авторах

Кислицына Лариса Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедры финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: visnip@mail.ru.

Сергушов Андрей Дмитриевич – студент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: asdtorin007@gmail.com.

Тарасова Анна Андреевна – студент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: Annsoova@gmail.com.

Authors

Larisa V. Kislitsyna – candidate of economical science, associate professor of the department of «Finance and financial institutions», Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: visnip@mail.ru.

Andrei D. Sergushov – student of the department of «Finance and financial institutions», Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: asdtorin007@gmail.com.

Anna A. Tarasova – student of the department of «Finance and financial institutions», Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: Annsoova@gmail.com.

ВЛИЯНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ РИСКОВ НА МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация. Рассматривается влияние макроэкономических рисков на деятельность малых и средних предприятий. Обосновывается стратегический характер государственной поддержки малых и средних предприятий. Выявляются и анализируются различные группы факторов, оказывающих влияние на малое предпринимательство в строительстве. Приводятся результаты оценки влияния выбранных факторов на состояние и перспективы развития малых предприятий в строительстве. Анализируются статистические данные, отражающие динамику изменений в сфере малого предпринимательства. Выявляются основные тенденции и представлены выводы о развитии ситуации в исследуемой области.

Ключевые слова: макроэкономические риски, инвестиционные риски, малые и средние предприятия, строительство.

N.Y. Kovalevskaya

THE IMPACT OF MACROECONOMIC RISKS ON SMALL BUSINESSES IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY

Abstract. The impact of macroeconomic risks on the activities of small and medium-sized enterprises is considered. The strategic nature of state support for small and medium-sized enterprises is substantiated. Various groups of factors are identified and analyzed, having a different impact on small business in construction. The results of the assessment of the influence of the selected factors on the state and prospects of development of small enterprises in construction are presented. Statistical data reflecting the dynamics of changes in the field of small business are analyzed, The main trends are identified and conclusions about the development of the situation in the studied area are presented.

Keywords: macroeconomic risks, investment risks, small and medium-sized enterprises, construction.

Введение

Макроэкономические риски оказывают влияние на все сферы социально-экономической и политической жизни общества. Поскольку предпринимательство по своей природе связано с риском, оно является сферой, наиболее уязвимой в условиях нестабильности внешней среды. По данным Национального рейтингового агентства, макроэкономические риски, возникшие под влиянием внешнеэкономических санкций, оказали ключевое влияние на перспективы развития малого и среднего бизнеса в России¹. Критического ухудшения ситуации в этих

¹ Национальное рейтинговое агентство: аналитический обзор. URL: https://www.ranational.ru/sites/default/files/MSP_vosstanovlenie%20otlozhenno.pdf?ysclid=m2um3tfs8h25178190.

условиях удалось избежать за счет масштабных мер государственной поддержки малого бизнеса.

Эффективность государственной поддержки оценивается по результатам привлечения новых инвестиций, поэтому, как подчеркивает Самаруха В.И. [1], задачи финансовой стабилизации региона являются актуальными уже более двух десятилетий, несмотря на изменения поставленных в Программах приоритетных задач и стратегических целей. Изменения в финансовой, инвестиционной и промышленной политике обусловлены особенностями перехода к новому технологическому укладу под влиянием кризисных условий, осложняющих процесс перехода. На стратегический характер государственной поддержки малого и среднего бизнеса указывают М.В. Шатохин и О.С. Новосельский [2], отмечая системный характер противодействия макроэкономическим рискам, отмечая «высокую турбулентность» экономической ситуации в РФ под влиянием введенных санкций и вызванных ими структурных диспропорций, и разрыва производственных цепочек. Влияние экономических рисков на малое и среднее предпринимательство в условиях нестабильности и направления государственной поддержки как ключевой фактор его развития рассматриваются в исследованиях многих авторов [2; 3].

Вопросы программной поддержки малого предпринимательства включаются в число приоритетных на соответствующих уровнях управления в процессе стратегического планирования развития регионов. При этом, как отмечает в своем исследовании А.В. Самаруха [4], реализация этих задач происходит в условиях ресурсных и финансовых ограничений, что, влияет на проявление инвестиционной и предпринимательской активности, прежде всего, на региональном уровне. Необходимость поддержки малого и среднего бизнеса на региональном уровне посредством государственных федеральных программ признается во многих исследованиях [1–5]. Вихорева М.В. и Кириллова Т.К. [6] также отмечают перспективность формирования возможных альянсов малых и крупных форм предпринимательства на приоритетных направлениях социально-экономического развития региона.

Таким образом, высокорисковый характер малого бизнеса, обусловленный небольшими размерами и отсутствием эффекта масштаба, определяет недостаточную устойчивость малых и средних предприятий в нестабильных условиях, что определяет актуальность поставленной проблемы.

Цель и задачи исследования

Целью исследования является выявление влияния макроэкономических рисков на сферу малого и среднего предпринимательства. Объектом исследования являются малые и средние организации, действующие в строительной отрасли. Предметом исследования являются макроэкономические риски, оказывающие влияние на инвестиционно-строительную сферу. Задачи исследования включают выявление основных рисков факторов, присущих сфере малого и среднего предпринимательства в строительной отрасли, оценку степени влияния выявленных факторов, оценку и анализ возможных последствий влияния наиболее значи-

мых рисков факторов, и анализ динамики ситуации на рынке малого и среднего предпринимательства в строительстве под влиянием существующих рисков факторов.

Методы исследования

В качестве метода исследования был применен PEST-анализ (табл. 1). Были выявлены и проанализированы четыре группы факторов, оказывающих различное влияние на исследуемую область (малое предпринимательство в строительстве). Оценка степени влияния проводилась по трехбалльной системе, где 1 балл означает низкую степень влияния, 2 – среднюю степень, 3 – высокую степень. На основе этого получена экспертная оценка вероятности изменения анализируемых факторов. Оценка вероятности изменения проводилась по пятибалльной шкале, где 1 балл присваивался низкой вероятности изменения, а 5 – высокой вероятности изменения значения фактора.

Таблица 1

Результаты PEST-анализа рынка малого предпринимательства в строительстве

№	Факторы PEST	Степень влияния	Вероятность изменения			Среднее	С учетом коэфф.
			Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3		
P – (Political – политические)							
1	Санкции и ограничения	2	4	3	4	3,7	0,26
2	Налоговая политика государства	2	2	1	2	1,7	0,12
3	Развитие новых регионов в составе РФ	2	4	5	4	4,3	0,46
E – (Economics – экономические)							
1	Риски системы параллельного импорта	3	3	2	3	2,7	0,29
2	Рост конкуренции в отрасли	1	4	3	3	3,3	0,12
3	Изменение уровня доходов населения	3	4	4	5	4,3	0,46
S – (Sociological – социологические)							
1	Сопротивление процессам информатизации	2	3	4	3	3,3	0,24
2	Миграция специалистов в IT-сфере	2	3	5	4	4,0	0,24
3	Снижение числа выпускников по техническим специальностям	3	2	3	3	2,7	0,29

№	Факторы PEST	Степень влияния	Вероятность изменения			Среднее	С учетом коэфф.
			Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3		
Т – (Technological – технологические)							
1	Развитие и увеличение доступности BIM-технологии	3	4	4	4	3,3	0,36
2	Скорость реагирования отрасли на новые технологии	2	4	4	5	4,3	0,31
3	Развитие отечественных IT-продуктов	2	4	5	5	4,7	0,33

По результатам PEST-анализа был сделан вывод о наличии двух критически важных факторов, способных вызвать разнонаправленные эффекты. Во-первых, развитие новых территорий в составе РФ может вызвать необходимость использования многих строительных мощностей для восстановления всей инфраструктуры, вследствие чего может замедлиться темп роста строительной отрасли в других регионах. Другим значимым фактором является изменение реального уровня доходов граждан в кризисных условиях, что закономерно может привести к снижению спроса на рынке жилья, и, как следствие, к изменению цены со стороны застройщиков. Фактически, по данным ДОМ.РФ, замедление темпов роста цен на первичном рынке наблюдалось в девяти из десяти субъектов РФ, являющихся лидерами по объемам ввода жилья. Также по данным ДОМ.РФ, в июле 2024 г. в целом по России более чем в два раза замедлились ежемесячные темпы роста цен на новостройках, что обусловлено завершением программ льготной ипотеки. Также в июле 2024 г., по данным Росреестра, на 24,6 % сократилось количество заключенных договоров долевого участия по сравнению с аналогичным периодом 2023 года¹. Однако произошедшее на фоне замедления роста цен охлаждение спроса на первичном рынке жилья создает кризисную ситуацию, в том числе и для строительной отрасли.

Таблица 2

Динамика численности действующих предприятий в строительной отрасли²

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Всего активных предприятий по РФ	3 802 007	3 433 533	3 121 865	2 821 827	2 644 742	2 593 648	2 574 413
Всего строительных предприятий по РФ	474 447	451 466	420 751	387 420	371 339	375 516	372 532

¹ Оформления ДДУ с ипотекой в РФ в июле сократились. URL : <https://expert.ru/news/oformleniya-ddu-s-ipotekoy-v-rf-v-iyule-sokratilis-pochti-na-30-protentov-god-k-godu> (дата обращения 28 сен. 2024).

² Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт. URL : <https://rosstat.gov.ru/folder/14304> (дата обращения 29 окт. 2024).

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Всего строительных предприятий в Иркутской области	47 903	44 976	42 391	39 562	37 617	36 257	35 943
Всего МСП в строительстве в Иркутской области	5 978	5 914	5 713	5 432	5 282	5 249	н/д

Общий тренд, который можно выявить на основании имеющейся статистической информации (табл. 2), заключается в снижении деловой активности в сегменте строительства. Количество действующих предприятий в Иркутской области в 2023 г. уменьшилось на 12 % по сравнению с 2017 г. Однако это не свидетельствует о снижении деловой активности, поскольку, численность малых предприятий в целом по РФ и по Сибирскому федеральному округу показывает тенденцию к росту (табл. 3).

Таблица 3

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства¹

	Октябрь 2022г.		Октябрь 2023г.		Октябрь 2024г.	
	РФ	СФО	РФ	СФО	РФ	СФО
Субъекты МСП, общее количество	5 881 027	605 189	6 173 155	621 577	6 437 421	638 827
в том числе:						
– микропредприятия	5 649 709	581 649	5 939 009	598 107	6 188 593	614 541
– малые предприятия	213 347	21 881	215 438	21 766	227 869	22 412
– средние предприятия	17 971	1 659	18 708	1 704	20 959	1 874
Среднесписочная численность работников, чел.	15 230 547	1 603 137	15 134 751	1 584 996	15 115 299	1 546 686
Общее количество видов продукции и услуг	9 578	762	10 138	826	10 111	901

Полученные результаты

Проведенное исследование может свидетельствовать об имеющемся потенциале противодействия рискам применительно к сфере малого бизнеса. По данным исследования НИУ ВШЭ по 85 регионам, индекс делового оптимизма среди малого бизнеса в строительстве составил 100,1 % [7], что свидетельствует о преодолении кризисной ситуации, сложившейся в 2022 году. Данный показатель к маю 2023 года достиг докризисного уровня, который составлял 100,2 %.

¹ Единый реестр малого и среднего предпринимательства / Федеральная налоговая служба РФ. URL: <https://rmsp.nalog.ru> (дата обращения: 10 окт.2024).

Однако, реакция строительной отрасли на сложившуюся обстановку была одной из минимальных по сравнению с другими отраслями экономики. Для сравнения, за второй квартал 2022 года, индекс делового оптимизма в строительной отрасли снизился лишь на 0,6 %, в то время как в сфере услуг спад был в три раза больше. По прогнозам аналитиков из НИУ ВШЭ [7], ожидается рост данного показателя, вследствие адаптации к деятельности в высокорисковой среде в условиях дополнительных мер государственной поддержки. Другой показатель, индекс предпринимательской уверенности, показал первый максимум, начиная с 2015 года и за первый квартал 2023 года составил –12 %, по сравнению с показателем второго полугодия 2022 года, когда он составлял –19 %. Индекс деловых барьеров также показывает положительную динамику, и если в первом квартале 2023 года он составлял 99,5 %, то во втором квартале он стал равен 100,3 %.

Результаты анализа экономических условий деятельности и предоставляемых и планируемых к реализации мер поддержки на региональном уровне показывают, что имеется значительный рыночный потенциал для развития микро, малых и средних строительных организаций в Иркутской области¹. Применительно к строительной отрасли это может быть связано с высокой адаптивностью малого и среднего бизнеса в сложившихся высокорисковых конъюнктурных условиях.

Выводы

Таким образом, малое и среднее предпринимательство по своей сущности является высокорисковой сферой деятельности. Необходимым условием противодействия макроэкономическим рискам является повышение адаптивности деятельности малых предприятий посредством быстрого реагирования на изменение рыночной ситуации. Результативность противодействия рискам в этих условиях в основном будет зависеть от таких ключевых факторов как эффективность мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и направленностью управленческих решений, принимаемых на различных административных уровнях, на стабилизацию экономической ситуации.

Список использованной литературы

1. Самаруха В.И. Изменения финансовой и промышленной политики в новейшей истории России / В.И. Самаруха. – DOI : 10.17150/2411-6262.2024.15(2).728-740. – EDN CRKVYZ // Baikal Research Journal. – 2024. – Т. 15, № 2. – С. 728–740.
2. Шатохин М.В. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства как важнейший фактор политической стабильности / М.В. Шатохин, С.О. Новосельский. – DOI : 10.26794 /2266-7867-2023-13-4-106-114. – EDN НТХYZU // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2023. – Т. 13, № 4. – С. 106–114.

¹ Подводим краткие итоги III Сибирского форума малого и среднего предпринимательства «Инвестиционный прорыв», который прошел 17 и 18 октября в Иркутске. URL : <https://irkutsk.opora.ru/2024/10/22/podvodim-kratkie-itogi-iii-sibirskogo-foruma-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-investicionnyj-proryv-kotoryj-proshel-17-i-18-oktyabrya-v-irkutske> (дата обращения: 27.10.2023).

3. Тахумова О.В. Анализ текущих экономических рисков малого бизнеса в условиях нестабильности / О.В. Тахумова, И.А. Волков, А.В. Харченко, А.А. Лютынская. – EDN YCJMLX // Естественно-гуманитарные исследования. – 2023. – № 1 (45). – С. 236–240.

4. Самаруха А.В. Актуальные направления оздоровления экономики регионов и муниципальных образований Сибири / А.В. Самаруха. – DOI : 10.17150/2411-6262.2018.9(3).7. – EDN ZBEGDJ // Baikal Research Journal. – 2018. – Т. 9, № 3. – С. 7–7.

5. Батталова Л.М. Исследование генезиса государственных механизмов стимулирования развития регионального сектора экономики малого и среднего бизнеса / Л.М. Батталова, Р.Н. Еникоев. – DOI : 10.33693/2541-8025-2024-20-1-20-27. – EDN PNUGSI // Проблемы экономики и юридической практики. – 2024. – Т. 20, № 1. – С. 20–27.

6. Вихорева М.В. Развитие приоритетных направлений социально-экономической деятельности регионов / М.В. Вихорева, Т.К. Кириллова. – DOI 10.17150/2500-2759.2019.29(1).166-172. – EDN СНРОЮ // Известия Байкальского государственного университета. – 2019. – Т. 29, № 31 – С. 166–172.

7. Вольф И. Малый строительный бизнес демонстрирует оптимизм / И. Вольф // Отраслевой журнал «Строительство». – URL: http://ancb.ru/files/pdf/pc/Otraslevoy_zhurnal_Stroitelstvo__2023_god_05_2023_pc.pdf (дата обращения: 25.09.2024).

Информация об авторе

Ковалевская Наталья Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики строительства и управления недвижимостью, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: kovalevskayanu@bgu.ru.

Author

Natalya Y. Kovalevskaya – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Construction Economics and Real Estate Management, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: kovalevskayanu@bgu.ru.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОФИЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ МЕДИЦИНСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СФЕРЕ ЖЕНСКОГО ЗДОРОВЬЯ

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические особенности создания профильных центров медицинского обслуживания в сфере женского здоровья. Учитывая негативные тенденции в области репродуктивного здоровья женщин в России, подчеркивается необходимость создания специализированных медицинских учреждений, ориентированных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, характерных для женского организма. Рассмотрены организационные, правовые, финансовые, кадровые и технологические аспекты, связанные с созданием подобных профильных центров. Внимание уделено вопросам регулирования, лицензирования, особенностям финансирования, подбору персонала и т.д. Также предложены варианты диверсификации услуг медицинской организации с целью повышения эффективности ее деятельности.

Ключевые слова: женское здоровье, профильные медицинские центры, гинекология, репродуктивное здоровье, медицинские услуги, государственное регулирование здравоохранения, инвестиции, диверсификация медицинских услуг, государственно-частное партнерство (ГЧП).

D.D. Kornilova,
D.V. Maksimov

THEORETICAL ASPECTS OF ESTABLISHING SPECIALIZED MEDICAL SERVICE CENTERS IN THE FIELD OF WOMEN'S HEALTH

Abstract. The article examines the theoretical aspects of establishing specialized medical service centers in the field of women's health. Given the negative trends in women's reproductive health in Russia, the need for the creation of specialized medical institutions focused on the prevention, diagnosis, and treatment of diseases specific to the female body is emphasized. The organizational, legal, financial, staffing, and technological aspects related to the establishment of such specialized centers are considered. Attention is paid to issues of regulation, licensing, financing specifics, staff selection, and so on. Additionally, options for diversifying the services of a medical organization are proposed to enhance its operational efficiency.

Keywords: women's health, specialized medical centers, gynecology, reproductive health, medical services, state healthcare regulation, investments, diversification of medical services, public-private partnership (PPP).

Введение

Сегодня ухудшение условий жизни и постоянный стресс оказывают негативное влияние на физическое здоровье женщин, ухудшая их социальное благополучие и ограничивая личные перспективы, что снижает готовность к материнству и становится причиной рождения нежеланных детей и иногда приводит к отказу от родительских обязанностей, что обостряет социальные проблемы. По-

этому в современной системе здравоохранения центры, специализирующиеся на женском здоровье, занимают особое место, поскольку они призваны обеспечить специализированную помощь, ориентированную на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, характерных для женского организма. В процессе создания данных центров требуется глубокое понимание множества аспектов: организационных, правовых, финансовых, кадровых, технологических и др.

Цель и задачи исследования

Целью настоящего исследования является изучение теоретических особенностей создания профильных центров медицинского обслуживания в сфере женского здоровья. Задачи исследования: обосновать необходимость создания профильных центров; изучить организационные и правовые аспекты; исследовать финансовые и инвестиционные особенности; рассмотреть вопросы кадрового обеспечения.

Методы исследования

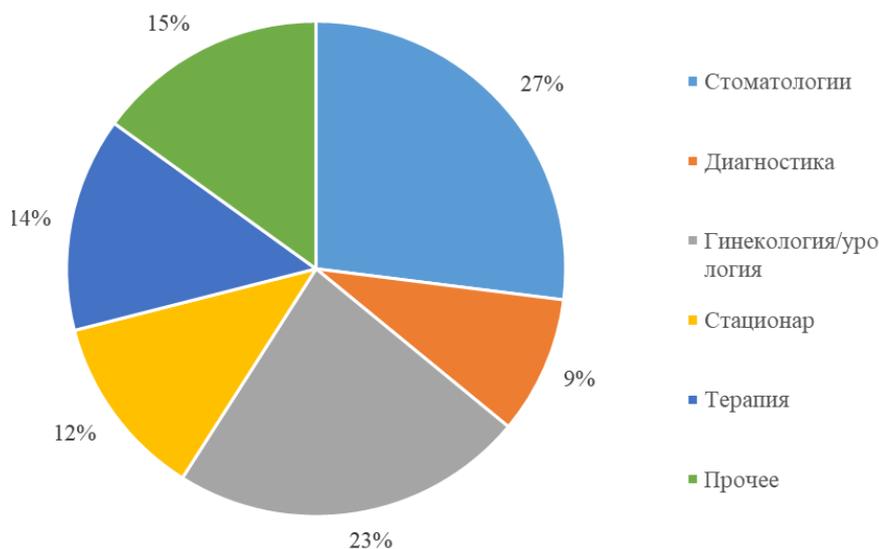
В ходе исследования были использованы следующие методы: анализ и синтез, изучение и обобщение.

Полученные результаты

Исследования проблем в области здоровья в России показывают, что за последние десятилетия в области репродуктивного здоровья женщин наблюдаются негативные изменения. Сочетание низкой рождаемости и высокой общей смертности приводит к снижению уровня воспроизводства населения и ухудшению здоровья детей [1, с. 248]. Поэтому одна из центральных задач современной медицины – забота о здоровье женщины, поскольку оно является важнейшим аспектом благополучия общества. Организация предпринимательской деятельности, связанной с предоставлением медицинских услуг в данной сфере, представляет собой перспективное направление развития здравоохранения. Кроме того, достижение целевого уровня индикаторов, связанных с женским здоровьем (материнская смертность, показатели репродуктивного здоровья, охват профилактическими осмотрами и др.), является важной частью Государственной программы «Развитие здравоохранения», что отражает стремление государства к улучшению качества жизни женщин и снижению уровня заболеваемости [2].

Необходимость создания профильных центров медицинского обслуживания в сфере женского здоровья обусловлена рядом факторов: женщины подвержены ряду заболеваний, связанных с репродуктивной и эндокринной системами, что требует специализированного подхода в диагностике и лечении; специализация медицинского учреждения позволяет специалистам углубленно исследовать специфику заболеваний и применять передовые методы диагностики и лечения; потребность в персонализированном подходе, учитывающим возраст, образ жизни и индивидуальные особенности пациента, для обеспечения высокого качества оказываемых услуг.

Создание частного медицинского центра, специализирующегося на гинекологии и женском здоровье, представляет собой шаг, способный принести значительные экономические и социальные выгоды. Перспективность создания подобных организаций подтверждается данными о структуре потребления платных медицинских услуг в нашей стране. В частности, на услуги в области гинекологии приходится более 20 % рынка, что ставит их на вторую позицию по степени востребованности (рисунок).



Структура потребления платных медицинских услуг в России, проценты
(Составлен по данным [3])

Рассмотрим специфические особенности организации профильных коммерческих учреждений на рынке медицинских услуг в сфере женского здоровья.

Основные услуги профильного центра медицинского обслуживания в сфере женского здоровья должны быть сосредоточены на репродуктивном здоровье, включая профилактику, диагностику и лечение гинекологических заболеваний, а также сопровождение беременности и родов. Стандартный ассортимент профильных центров включает: плановый профилактический осмотр; лечение заболеваний органов малого таза; лечение инфекций и заболеваний, передающихся половым путем; планирование и подготовка к беременности; ведение беременности; кольпоскопия; все виды УЗИ; медикаментозный аборт; послеоперационное наблюдение и др. Кроме того, многие современные профильные учреждения предоставляют психологическую поддержку и оказывают консультационную поддержку по широкому спектру вопросов, связанных со здоровьем, что способствует росту эффективности медицинской помощи.

В процессе создания центра следует учесть ряд особенностей, присущих процессу оказания медицинских услуг в области женского здоровья. В частности, медицинские услуги в области гинекологии и женского здоровья связаны с личным пространством пациенток, и, как следствие, требуют от медицинских работников высокой квалификации, деликатности и эмпатии в общении с пациент-

ками. Также предоставление таких услуг требует максимальной ответственности со стороны медицинских работников. Кроме того, при получении медицинских услуг в области гинекологии и женского здоровья пациенты часто вынуждены раскрывать личную и интимную информацию, поэтому важным аспектом в данной сфере является обеспечение конфиденциальности. Еще одной особенностью, которую необходимо учитывать при планировании спроса на услуги, является выраженное воздействие на рынок фактора сезонности: количество обращений к врачам-гинекологам обычно возрастает в весенне-летний период, когда многие женщины планируют беременность, и осенне-зимний, когда увеличивается риск простудных заболеваний.

Одной из основных особенностей инвестиционного проектирования в здравоохранении является строгое государственное регулирование отрасли. Так, создание и функционирование медицинских центров в России регулируется обширным законодательством, основу которого составляет Федеральный закон № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» [4]. Данный закон определяет принципы организации медицинской помощи, права и обязанности пациентов и медицинских работников, а также механизмы финансирования системы здравоохранения. Процесс оказания платных медицинских услуг регулируется Постановлением Правительства РФ от 11.05.2023 г. № 736 «Об утверждении Правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг» [5]. Для осуществления медицинской деятельности центру необходимо получить лицензию, выдаваемую Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор). Процесс лицензирования включает проверку соответствия учреждения санитарно-эпидемиологическим и медицинским стандартам, а также квалификации персонала.

Как уже отмечалось, в процессе организации деятельности медицинского центра важно учитывать комфорт и приватность пациентов, что предполагает создание комфортных зон ожидания, индивидуальных кабинетов и реализацию дизайнерских решений в оформлении помещений, способствующих снижению стресса. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы деятельности центра определены положениями СанПиН 2.1.3.2630-10 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям, осуществляющим медицинскую деятельность».

Следует отметить, что организация предпринимательской деятельности в сфере здравоохранения зачастую требует существенных инвестиций, что связано как с дороговизной медицинского оборудования, так и высокими требованиями к качеству помещений. Поэтому важнейшим аспектом создания профильного медицинского центра в сфере женского здоровья является определение источников финансирования. Источником финансирования могут выступить частные инвестиции учредителя организации и/или внешних инвесторов, заинтересованных в реализации проекта. Также возможно сотрудничество предпринимателя с государственными организациями в формате государственно-частного партнерства (ГЧП). Сегодня в России функционируют различные формы ГЧП в сфере здравоохранения, включая: аренду с инвестиционными обязательствами; инвестицион-

ные договоры; контракты жизненного цикла с инвестиционной составляющей; концессионные соглашения; корпоративные партнерства; соглашения о ГЧП или муниципально-частном партнерстве [6, с. 64].

В процессе проектирования центра следует учесть тот факт, что успешность его деятельности в существенной степени зависит от степени диверсифицированности услуг. Примеры такой диверсификации представлены в таблице.

Важнейшим аспектом создания медицинского центра является поиск квалифицированного персонала, для этого необходимо обеспечить прием на работу специалистов с соответствующими сертификатами и опытом. Следует отметить, что сегодня на российском рынке труда фиксируется дефицит профильных специалистов. Сегодня наиболее востребованными специалистами на рынке является терапевты и гинекологи [7]. Решение этой проблемы может включать предложение конкурентоспособной заработной платы, предоставление возможностей для профессионального роста и обучения и создание комфортных условий труда.

Возможные варианты диверсификации деятельности профильного центра медицинского обслуживания в сфере женского здоровья

Направление диверсификации	Описание	Примеры услуг
Расширение спектра услуг	Добавление новых услуг, востребованных в сфере гинекологии и женского здоровья	Эстетическая гинекология, репродуктивное здоровье, сексуальное здоровье, физиотерапия, психологическая помощь, профилактические услуги
Интеграция современных методов диагностики и лечения	Применение передовых технологий для более точной диагностики и эффективного лечения	УЗИ с 3D/4D визуализацией, лазерная терапия, минимально инвазивные хирургические операции
Телемедицинские услуги	Предоставление медицинских консультаций и мониторинга дистанционно	Онлайн-консультации с врачом, дистанционный мониторинг состояния пациентки, виртуальные группы поддержки
Разработка специализированных программ для женщин	Создание индивидуальных программ в зависимости от возраста, жизненного этапа и потребностей	Программы для беременных, программы для женщин в период менопаузы, программы по уходу за собой
Создание дополнительных направлений	Развитие новых специализированных отделений или программ	Клиника для подростков, онлайн-платформа

Также следует принять во внимание, что запуск медицинского центра требует значительного инвестиционного капитала на оснащение и организацию процессов. При этом инвестиции в современное диагностическое и лечебное оборудование позволят обеспечить эффективность медицинской помощи и расширят возможности центра. Для преодоления высокого инвестиционного барье-

ра возможен постепенный запуск центра, что позволит сократить финансовую нагрузку на этапе выхода на рынок.

В ходе осуществления хозяйственной деятельности центра необходимо обеспечить регулярное техническое обслуживание и своевременный ремонт оборудования, что создаст условия для его бесперебойной работы и продления срока службы.

Заключение

Все вышесказанное позволяет сделать вывод, что создание специализированных медицинских центров, ориентированных на женское здоровье, представляет собой актуальное направление развития современной системы здравоохранения России. Учитывая негативные тенденции в области репродуктивного здоровья женщин, профильные центры имеют существенный потенциал в аспекте решения проблем общего состояния здоровья женского населения, повышения рождаемости и снижение уровня заболеваемости. Организация предпринимательской деятельности в данной сфере также представляет собой перспективное направление для инвестирования и развития частного сектора в здравоохранении.

Успешное функционирование профильного медицинского центра требует комплексного подхода, который предполагает глубокое понимание всех организационных аспектов. Особое внимание следует уделить привлечению квалифицированного персонала, поиску оптимальных форм финансирования инвестиций, обеспечению высокого качества и широкого ассортимента предоставляемых услуг, созданию комфортных условий для пациентов. Применение современных методов диагностики и лечения и диверсификация услуг обеспечат конкурентоспособность и эффективную хозяйственную деятельность нового центра.

Список использованной литературы

1. Садыков Р.М. Женское здоровье: состояние, причины ухудшения, меры по улучшению / Р.М. Садыков, Н.Л. Большакова // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2022. – № 2. – С. 247–252.
2. Государственная программа «Развитие здравоохранения» // Правительство России. – Москва, 2024. – URL: <http://static.government.ru/media/acts/files/0001201712290017.pdf> (дата обращения: 11.09.2024).
3. Структура рынка платных медицинских услуг по видам // Маркетинговое агентство «megaresearch». – Москва, 2020. – URL: https://www.megaresearch.ru/knowledge_library/struktura-rynka-platnyh-medicinskih-uslug-po-vidam-261 (дата обращения: 12.09.2024).
4. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации : Федер. закон РФ от 21.11.2011 г. № 323-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».
5. Об утверждении Правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг, внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации и признании утратившим силу постановления Пра-

вительства Российской Федерации от 4 октября 2012 г. № 1006 : Постановление Правительства РФ от 11.05.2023 г. № 736 // СПС «КонсультантПлюс».

6. Филина Ю.С. Государственно-частное партнерство как одно из направлений решения проблем системы здравоохранения в России / Ю.С. Филина, В.В. Великороссов, И.М. Колесникова, О.К. Тарасова // Госпитальная медицина: наука и практика. – 2023. – Т. 6, № 6. – С. 56–64.

7. Исследование рынка коммерческой медицины в России. – URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_ru/news/2020/03/ey_healthcare_research_2018-2019_24032020.pdf (дата обращения: 12.09.2024).

Информация об авторах

Корнилова Дарима Дылык-Нимаевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: tchimitovad@mail.ru.

Максимов Дмитрий Владимирович – магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: Dmitry.maximov33@mail.ru.

Authors

Darima D.-N. Kornilova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University (BSU), Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: tchimitovad@mail.ru.

Dmitry V. Maksimov – Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: Dmitry.maximov33@mail.ru.

НАЛОГ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДОХОД ОТ ДОБЫЧИ УГЛЕВОДОРОДНОГО СЫРЬЯ: ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, РОЛЬ В НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ

Аннотация. Исследование охватывает историю внедрения в налоговую систему Российской Федерации налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья. Рассмотрены причины перехода на новый режим налогообложения в нефтяной отрасли. Оценено влияние налога на долю извлекаемых запасов углеводородов. Представлен пример расчета минимального налога по НДД. Вопросы, освещаемые в материале, могут быть интересны работникам нефтегазовой промышленности, бухгалтерам, представителям научно-исследовательской сферы.

Ключевые слова: налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья, режим, минимальная налоговая база по НДД, НДС.

О.О. Kryukova,
Е.К. Kopylova

THE TAX ON ADDITIONAL INCOME FROM THE EXTRACTION OF HYDROCARBONS: THE HISTORY OF ITS ORIGIN, ITS ROLE IN THE TAX SYSTEM

Abstract. The study covers the history of the introduction of a tax on additional income from the extraction of hydrocarbons into the tax system of the Russian Federation. The reasons for the transition to a new tax regime in the oil industry are considered. The impact of the tax on the share of recoverable hydrocarbon reserves is estimated. An example of calculating the minimum tax on personal income tax is presented, the issues covered in the material may be of interest to employees of the oil and gas industry, accountants, representatives of the research field.

Keywords: tax on additional income from the extraction of hydrocarbons, regime, minimum tax base.

Введение

По налоговому законодательству Российской Федерации до 2019 г. добыча нефти облагалась налогом на добычу полезных ископаемых (далее-НДПИ). Год от года возрастала доля трудноизвлекаемых запасов. Согласно статистическим данным, в настоящее время из 18 млрд тонн разведанных в России запасов нефти 12 млрд тонн приходится на трудноизвлекаемые, и их объем продолжает увеличиваться. Как показали практические данные, высокая себестоимость не способствовала рентабельности нефтяных компаний. При существующей на тот момент системе налогообложения нефтедобывающим организациям было невыгодно разрабатывать новые месторождения.

Данные проблемный вопрос был решен следующим образом. Минэнерго России совместно с Минфином России при участии бизнеса, занимающегося добычей углеводородного сырья, усовершенствовали систему для взимания налогов, интегрировав в структуру новый налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья (далее – НДД). С 2019 г. нефтяная отрасль частично перешла на уплату данного налога.

В настоящий момент исторические особенности внедрения и проблемы практического применения налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья освещены российскими исследователями такими, как: А.А. Зуев [4], Е.Н. Горбунова [3], Л.В. Камдина, О.Л. Симченко [5], М.М. Юмаев [12]. Перспективы распространения влияния НДД проанализированы Е.Г. Рутенко, Е.В. Мазуриной [10]. Методические аспекты элементов налогообложения по налогу на дополнительный доход от добычи УВС выделены С.А. Королевой [6]. Анализ промежуточных итогов внедрения налога в налоговую систему Российской Федерации подведен в статье [7]. Таким образом, многочисленные исследования актуализируют поднимаемую проблематику.

Целью настоящей статьи служит исследование исторического аспекта становления и определения роли НДД в налогообложении нефтегазовой отрасли РФ. Основной задачей работы является обоснование введения налога на дополнительный доход от добычи УВС в налоговую систему РФ.

Работа по исследованию основывалась на общенаучных методах, включала в себя анализ и структурирование нормативных, научных материалов, сравнение и обобщение.

Полученные результаты

По общему правилу, НДПИ взимается в твердой ставке и не учитывает рентабельность месторождений. НДД, в свою очередь, помог стимулировать повышение извлечение нефти за счет инвестирования в разработку новых месторождений. Внедрение НДД учитывает интересы как государства, так и бизнеса. Бюджет в будущем получит новые налоговые поступления за счет увеличения добычи, а нефтедобывающие компании сейчас сумели уменьшить налоговую нагрузку участков с неразработанными запасами УВС с большим потенциалом добычи в будущем.

По мнению П.О. Уварова, А.А. Адаевой, З.А. Алиасхабова «суть НДД заключается в том, что в период начала и окончания разработки месторождения углеводородного сырья его сумма будет минимальной, а в период максимального уровня добычи возрастет. НДД стимулирует инвестиции в освоение новых месторождений, поскольку налог не взимается вплоть до окупаемости понесенных затрат, а последующее налогообложение соответствует показателям доходности. Данный подход более равномерно распределяет финансовую нагрузку» [11].

Введение в налоговую систему Российской Федерации НДД позволило впервые применить в нефтяной отрасли механизм налогообложения финансового результата. Это принципиальное отличие НДД от НДПИ. Налог уплачивается

только в том случае, если промышленная разработка участка окажется экономически выгодной. Главным отличием НДД от налога на прибыль заключается в учете оплаченных капитальных затрат (без амортизации), при этом налогооблагаемая база создается по отдельному участку недр.

С введением новшества, с компаний, осуществляющих добычу трудноизвлекаемых запасов, налоговая нагрузка была снята и перенесена на прибыль в будущем. Предполагается, что такая мера простимулирует недропользователя инвестировать в разработку новых месторождений и будет увеличивать коэффициент извлечения нефти на старых. По данным официальных исследований компании ПАО «Роснефть»: «новый налоговый режим предполагал сохранение НДС, но с пониженной ставкой, а также сохранение экспортных пошлин с освобождением от их уплаты на определенный период времени для новых месторождений в Восточной Сибири и иных новых регионах нефтедобычи 1–2 группы» [9].

Сейчас применяется рентная система, которая состоит из комбинации: НДС, НДД. Экспортная пошлина была отменена в 2024 г. В соответствии с требованиями главы 25.4 Налогового кодекса Российской Федерации [2], режим НДД характеризуется разнообразными налоговыми условиями, включает в себя различные группы, для каждой из которых существует свой набор правил исчисления НДС, НДС. Причем ставка НДС рассчитывается по формуле, отличающейся от базовой.

В последнее время в научной литературе сформировалось устойчивое мнение о преимуществе НДД перед НДС для нефтяных компаний. Состав участков 1, 2 и 3 группы имеет закрытый перечень. Подавляющее большинство участков принадлежит к 3 и 4 группам, которые характеризуются наличием минимальной налоговой базы. В соответствии с положениями главы 25.4 НК РФ [2] порядок начисления и уплаты НДС учитывает, что отдельная категория налогоплательщиков, помимо расчета фактической налоговой базы, должна произвести расчет минимальной налоговой базы и рассчитать сумму минимального налога. Данная сумма будет подлежать к уплате, в случае превышения фактической базы. Согласно пункта 2 статьи 333.55 НК РФ, минимальный налог определяется, как произведение минимальной налоговой базы и ставки налога. Однако, порядок расчета минимальной налоговой базы отличен от порядка расчета фактической налоговой базы. Так, минимальная налоговая база формируется на основании расчетной выручки от добычи УВС за отчетный период (в соответствии со статьей 333.46 НК РФ) последовательно уменьшенная на:

- расчетные расходы от добычи УВС за отчетный (налоговый) период;
- фактические расходы от добычи УВС в части сумм налогов за отчетный (налоговый) период;
- сумму предельных расходов на добычу УВС, которая рассчитывается, как произведение количества добытой нефти за отчетный (налоговый) период и значения удельных расходов. При этом значение удельных расходов подлежат индексации на коэффициент-дефлятор, установленный на календарный год.

Уполномоченный федеральный орган выдал официальные разъяснения, в связи с практическими вопросами исчисления минимального налога по НДС. Так, методические аспекты расчета минимальной налоговой базы подробно рассмотрены в Письме ФНС России №СД-4-3/1389@ от 07.02.2023 г. [8].

Ниже рассмотрен пример расчета минимальной налоговой базы по НДС с заполнением приложения 7 к разделу 2 налоговой декларации по налогу на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья (Приложение № 1 к приказу ФНС России от 30.03.2021 № КВ-7-3/234@ (в редакции приказа ФНС России от 19.09.2023 № ЕД-7-3/650@)).

Приложение 7 к Разделу 2 Декларации		
Расчет минимального налога за отчетный (налоговый) период		
<input checked="" type="checkbox"/> Приложение включается в состав декларации		Не выводится на печать
Показатели	Код строки	Значения показателей
1	2	3
Код бюджетной классификации	001	18210705060011000110
Серия, номер и вид лицензии на пользование недрами	005	
Расчетная выручка от добычи углеводородного сырья за отчетный (налоговый) период (в рублях) (стр. 050 Раздела 2)	100	7 000 000 000
Расчетные расходы от добычи углеводородного сырья за отчетный (налоговый) период (в рублях) (стр. 070 Раздела 2)	200	700 000 000
Фактические расходы от добычи углеводородного сырья в части сумм налогов за отчетный (налоговый) период (в рублях)	300	10 000 000
Предельные расходы на добычу углеводородного сырья (стр. 500 x стр. 600)	400	1 155 168 000
Количество добытой нефти за отчетный (налоговый) период всего (тонны)	500	126 000,000
в том числе:		
за январь (тонны)	501	10 000,000
за февраль (тонны)	502	11 000,000
за март (тонны)	503	12 000,000
за апрель (тонны)	504	13 000,000
за май (тонны)	505	14 000,000
за июнь (тонны)	506	15 000,000
за июль (тонны)	507	16 000,000
за август (тонны)	508	17 000,000
за сентябрь (тонны)	509	18 000,000
за октябрь (тонны)	510	-
за ноябрь (тонны)	511	-
за декабрь (тонны)	512	-
значение удельных расходов (в рублях)	600	9 168
коэффициент-дефлятор	650	1,284
Минимальная налоговая база (в рублях) (стр. 100 - стр. 200 - стр. 300 - стр. 400)	700	5 134 832 000
Ставка налога (%)	800	50
Минимальный налог	900	2 567 416 000

Пример расчета минимальной налоговой базы

Сравнивая налоговое бремя в рамках НДС и НДСПИ становится очевидно, что налоговая нагрузка при НДС не всегда меньше, а возможно даже больше чем при НДСПИ, поскольку сумма минимального налога не может быть ниже поро-

гового значения. Кроме того, одновременно с НДС исчисляется еще и НДСИ, поэтому обязательства могут быть более значительные.

Выводы

Сравнение налоговых режимов довольно сложный и трудоемкий процесс, требующий дополнительных затрат и времени компаний на разработку финансовых моделей. Недропользователям необходимо взвешенно подойти к переходу на новый режим налогообложения. Для ряда месторождений, с точки зрения их освоения и разработки, более приемлемым может являться базовый режим НДСИ.

НДС почти за 6 лет своего существования получил широкое распространение. Вице-премьер России Александр Новак в колонке для журнала «Энергетическая политика» отметил: «С 2019 года доля добычи на НДС выросла с 9 % до 52 % или около 250 млн т от совокупной добычи нефти в России. Перевод в 3-ю группу НДС месторождений с добычей вязкой и сверх вязкой нефти дополнительно обеспечит до 50 млн т к 2035 году». По словам вице-преьера НДС в 2018 году был введен, как фундаментально новый для российского нефтяного бизнеса налоговый режим [1].

Список использованной литературы

1. Александр Новак сообщил, что Россия перевела больше половины добычи нефти на НДС. – URL: <https://www.rogtecmagazine.com/%D0%B0%D0%B%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80-%D0%B-D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BA-%D1%81%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B8%D0%BB-%D1%87%D1%82%D0%BE-%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F-%D0%BF%D0%B5/?lang=ru> (дата обращения 12.10.2024 г.)
2. Глава 25.4 Налогового кодекса РФ «Налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья»: Федеральный закон РФ от 19.07.2018 г. № 199-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/e1bdc5405d9567b215b64b198464590b24f76344/ (дата обращения 11.10.2024 г.)
3. Горбунова Е.Н. К вопросу о введении налога на дополнительный доход в нефтяной отрасли / Е.Н. Горбунова // *Налоги и финансы*. – 2018. – № 3 (39). – С. 13–19.
4. Зуев А.А. Введение налога на дополнительный доход при добыче углеводородного сырья в Российской Федерации: путь длиной в двадцать лет / А.А. Зуев // *Налоги и налогообложение*. – 2019. – № 4. – С. 11–23.
5. Камдина Л.В. Оценка экономической эффективности работы нефтедобывающей компании в условиях перехода на режим с налогом на добавленный доход / Л.В. Камдина, О.Л. Симченко // *Вестник Кемеровского государственного университета*. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2022. – Т. 7, № 4 (26). – С. 529–535.

6. Королева С.А. Налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья: методические аспекты действующих элементов налогообложения / С.А. Королева // Экономические исследования и разработки. – 2021. – № 1. – С. 56–64.
7. Мусина Д.Р. Анализ промежуточных итогов налогового маневра в нефтедобыче / Д.Р. Мусина, М.Р. Ганиева, С.Т. Гулина // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2024. – № 3 (177). – С. 90–97.
8. О расчете минимальной налоговой базы по НДС: Письмо Федеральной налоговой службы № СД-4-3/1389@ от 07.02.2023. – URL: <https://na.buhgalteria.ru/document/n206550> (дата обращения 11.10.2024 г.).
9. ПАО «РОСНЕФТЬ» нефтяная компания: «Анализ руководством финансового состояния и результатов деятельности компании за 3 месяца, завершившихся 31 марта 2019 и 2018 годов и 31 декабря 2018 года». – URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_cons_report/MDA_RUS_1Q2019_.pdf (дата обращения 08.10.2024 г.).
10. Рутенко Е.Г. Перспективы расширения в Российской Федерации действия налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья с учетом мирового опыта / Е.Г. Рутенко, Е.В. Мазурина // Московский экономический журнал. – 2020. – № 7. – С. 131–143.
11. Уваров П.О. Последствия введения налога на добавленный доход как составляющая налоговой реформы нефтяной отрасли на примере Южно-Киринского месторождения / П.О. Уваров, А.А. Адаева, З.А. Алиасхабов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – № 5 (99). – С. 31.
12. Юмаев М.М. Налоговая политика в отношении нефтегазового сектора Российской Федерации в условиях структурных изменений мировой экономики / М.М. Юмаев // Экономика. Налоги. Право. – 2023. – Т. 16, № 1. – С. 152–162.

Информация об авторах

Крюкова Ольга Олеговна – ведущий специалист Департамента налогового анализа и консолидированной отчетности, ООО «Иркутская нефтяная компания», г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: Krykova_OO@irkutskoil.ru.

Копылова Екатерина Константиновна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета и налогообложения, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: kopylovaek@bgu.ru.

Authors

Olga O. Kryukova – Leading Specialist of the Tax Analysis and Consolidated Reporting Department, Irkutsk Oil Company LLC, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: Krykova_OO@irkutskoil.ru.

Ekaterina K. Kopylova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Accounting and Taxation, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: kopylovaek@bgu.ru.

**О.Ю. Латышев,
П.А. Латышева,
М. Луисетто**

ИЗУЧЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация. Положение в обществе, сложившееся в связи с поступательным ускорением экономического спада в мировом масштабе, побуждает найти надлежащие пути оказания помощи современным организациям, своевременной поддержки из стратегического развития в чрезвычайно трудной жизненной ситуации. В свою очередь, данное обстоятельство может содействовать существенному увеличению числа организаций, прибегающих к помощи со стороны государственных и муниципальных учреждений, чья деятельность прямо или косвенно направлена на поддержку малого бизнеса, помощь в выработке наиболее перспективных стратегий их дальнейшего развития.

Ключевые слова: малый бизнес, коммерция, государство, муниципалитет, руководитель.

**O.Yu. Latyshev,
P.A. Latysheva,
M. Luisetto**

STUDY OF THE FEATURES OF IMPROVEMENT OF ORGANIZATION OF SUPPORT AND DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS

Abstract. The situation in society, which has developed in connection with the progressive acceleration of the economic downturn on a global scale, encourages us to find appropriate ways to provide assistance to modern organizations, timely support for strategic development in an extremely difficult life situation. In turn, this circumstance can contribute to a significant increase in the number of organizations that resort to assistance from state and municipal institutions whose activities are directly or indirectly aimed at supporting small businesses, assistance in developing the most promising strategies for their further development.

Keywords: small business, commerce, state, municipality, manager.

Введение

В условиях экономического спада в мировом масштабе данное исследование затрагивает чрезвычайно актуальный вопрос современной экономической науки – пути совершенствования организации своевременной и полноценной поддержки со стороны государственных структур и общественных объединений предприятий малого бизнеса в регионе.

Цель и задачи исследования

Цель данного исследования – разносторонне изучить наиболее характерные особенности ответственного процесса совершенствования организации

развития и полноценной, своевременной поддержки жизнеспособных структур малого бизнеса в регионе.

Задачи

1. Исследована сущность органичного и многогранного процесса совершенствования организации поддержки и развития предприятий малого бизнеса в регионе.

2. Исследованы особенности совершенствования организации поддержки и развития малого бизнеса в регионе

Методы исследования

В ходе исследования были применены следующие методы: анализ научной и нормативно-правовой документации, синтез, сравнение, сопоставление, обобщение, библиографический метод.

Полученные результаты

Процесс совершенствования организации поддержки и развития малого бизнеса в регионе проводится по так называемому «закону радиуса», основным положением которого является прямая зависимость уровня эффективности реализации новых коммерческих инициатив от того, насколько далеко от столицы расположено малое предприятие [1].

Именно поэтому обстоятельством принципиальной важности является именно региональное развитие малого бизнеса как такового, поскольку при этом никакие устоявшиеся нормы и традиции в столице не будут становиться препятствием на его пути [2].

Помимо всего прочего, в отдалённых регионах потребность в производимой данным малым предприятием продукции и или оказываемых им услугах может оказаться существенно выше в силу того, что уровень конкуренции будет существенно ниже. Наряду с этим, следует отметить, исследование процесса совершенствования организации поддержки и развития малого бизнеса побуждает использовать возможности и перспективы регионального законодательства, выступающего в непротиворечивом единстве с российским законодательством и международным правом. Исследование функционирования механизмов государственной поддержки и развития малого бизнеса в регионе показало, что в настоящий момент ещё предстоит приложить значительное количество усилий для её принципиального совершенствования, поскольку достаточное количество сдерживающих начал существенно тормозит её своевременную и успешную реализацию [3]. Должна быть усовершенствована законодательная база Российской Федерации, регламентирующая деятельность всех субъектов малого предпринимательства в стране таким образом, чтобы отечественное каждое малое предприятие могло в полной мере пользоваться по праву абсолютно всеми принадлежащими ему неотъемлемыми правами и свободами [4]. Структуризация малого предпринимательства в региональной экономической системе в услови-

ях значительного экономического спада на российском и мировом уровне может наиболее эффективно идти по пути перехода от индивидуального предпринимательства к образованию обществ с ограниченной ответственностью, уже в настоящий момент являющихся наиболее широко распространённой формой ведения хозяйственной деятельности. Именно в этом случае может существенно возрасти эффективность их функционирования и уровень реализации возможности руководителей и сотрудников малых предприятий творчески подходить к решению всех внезапно возникающих затруднений [5].

Механизм финансовой поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации может быть наилучшим образом сформирован, если будет прослеживаться полная преемственность между законодательными инициативами федерального и регионального уровней, а также будут получать более широкое применение заключение договоров лизинга и чёткое и неукоснительное следование субъектов малого предпринимательства всем их положениям [6]. Формирование эффективной региональной государственной поддержки малого предпринимательства представляется невозможным без чёткой и согласованной работы всех органов власти Российской Федерации, опирающихся в своей деятельности на систему фондов и помощь со стороны общественных организаций, целью которых является культивирование работы разнообразных субъектов малого предпринимательства [7].

Становится очевидным, что ведущей формой поддержки субъектов малого предпринимательства со стороны государственных структур является передача значительного количества функций государственной регуляции самим малым предприятиям [8]. Именно в условиях саморегулирования при соблюдении соответствующих основ российского законодательства отмечается ускоренный рост продуктивности в работе субъектов малого предпринимательства. Наиболее прогрессивные элементы зарубежного опыта организации поддержки и развития малого бизнеса во Франции, Германии, Соединённых Штатах Америки, Австралии, Австралии и других стран находятся именно в сфере увеличения доли самостоятельности субъектов малого предпринимательства в решении наиболее насущных вопросов в ходе их повседневной деятельности, а также развития в среднесрочной и долгосрочной перспективе. При этом с повышением уровня самостоятельности и ответственности малых предприятий существенно уменьшается уровень государственных затрат на организацию поддержки и развития малого бизнеса.

С точки зрения авторов данной работы, следует с особой критичностью относиться к вопросу наследования зарубежных моделей содействия со стороны государственных структур субъектам малого предпринимательства. Это объясняется тем, что в высокоразвитых странах накоплен многовековой опыт развития малого бизнеса, который в российских условиях не имел возможности формироваться на протяжении длительного времени. Поэтому стремление улучшить деятельность предприятий малого бизнеса в современных условиях мирового экономического кризиса должно обязательно сопрягаться с максимальной взве-

шенностью всех принимаемых на уровне Российской Федерации решений в данной области.

Выводы

Таким образом, проведенное в данной работе исследование позволяет сделать вывод о том, что государственная поддержка субъектов малого предпринимательства в значительной степени находится в прямой зависимости от своевременности появления и качества разработки новых законодательных актов, направленных на улучшение деятельности предприятий малого бизнеса.

Список использованной литературы

1. Скоробогатов А.В. Природа принципов правового регулирования предпринимательской деятельности / А.В. Скоробогатов А.В. Краснов, О.Ю. Латышев // Российское право онлайн. – 2020. – № 3. – С. 10–16. – DOI 10.17803/2542-2472.2020.15.3.010-016. DOI: 10.29328/journal.ijcmbt.1001021

2. Латышев О.Ю. Корпоративный договор как инструмент стимулирования прогрессивного развития предприятий / О.Ю. Латышев, П.А. Латышева, М. Радаэлли, М. Луизетто // Экономика и управление: социальный, экономический и инженерный аспекты : сб. науч. ст. 6-й междунар. науч.-практ. конф., Часть 1, УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест, 23–24 нояб. 2023 г.) / редкол. : И.М. Гарчук и др. – Брест : Изд-во БрГТУ, 2023. – 316 с. – С. 157–162.

3. Скоробогатов А.В. Природа принципов правового регулирования предпринимательской деятельности / А.В. Скоробогатов, А.В. Краснов, С.Ю. Латышев // Российское право онлайн. – 2020. – № 3. – С. 10–16.

4. Латышев О.Ю. Особенности управления надежностью технических систем на рабочем месте в хозяйственной деятельности предприятия / О.Ю. Латышев, П.А. Латышева, М. Луизетто // Конструирование, использование и надежность машин сельскохозяйственного назначения. – 2023. – № 1 (22). – С. 44–52.

5. Латышев О.Ю. Подходы к организации образовательного процесса в области профилактики чрезвычайных ситуаций на предприятии // О.Ю. Латышев, П.А. Латышева, М. Радаэлли, М. Луизетто // Инновационные технологии защиты от чрезвычайных ситуаций : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. – Минск : УГЗ, 2023. – С. 116–118.

6. Латышев О.Ю. Устойчивость экономико-правового положения агропромышленного предприятия в условиях цифровизации / Латышев О.Ю., Луизетто М.М., Латышева П.А. // Приоритетные направления научно-технологического развития аграрного сектора России : материалы всерос. (национальной) науч.-практ. конф., посвящ. Дню российской науки. – Улан-Удэ, 2023. – С. 305–311.

7. Латышев О.Ю. Цифровизация как условие устойчивости экономико-правового положения агропромышленного предприятия / О.Ю. Латышев, М.М. Луизетто, П.А. Латышева // Человекоориентированное управление: будущее цифрового общества : сб. ст. по итогам Национальной науч.-практ. конф. с междунар.

участием (г. Санкт-Петербург, 18–19 мая 2023 г.). В двух частях. Часть 1 / под ред. д-ра экон. наук, проф. И.А. Максимцева, д-ра экон. наук, проф. В.К. Потемкина. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 324 с. – С. 139–145.

8. Латышев О.Ю. Устойчивость экономико-правового положения агропромышленного предприятия в условиях цифровизации / О.Ю. Латышев, М.М. Луизетто, П.А. Латышева // Приоритетные направления научно-технологического развития аграрного сектора России. Материалы всероссийской (национальной) научно-практической конференции, посвященной Дню российской науки. – Улан-Удэ, 2023. – С. 305–311.

Информация об авторах

Латышев Олег Юрьевич – доктор философии в филологии, п. д. н., кандидат филологических наук, действительный член МАС, МАЕ, ЕАЕ, ISA, МОО АД ЮТК, член-корреспондент МАПН, профессор университета «Сайпресс», США, профессор РАЕ, президент, Международная Мариинская академия имени М.Д. Шаповаленко, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: papa888@list.ru, ORCID 0000-0002-6164-0015.

Латышева Полина Александровна – исполнительный директор, Международная Мариинская академия имени М.Д. Шаповаленко, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: papa888@list.ru.

Луизетто Мауро – д. ф. н., почетный вице-президент, Международная Мариинская академия имени М.Д. Шаповаленко, г. Пьяченца, Италия; e-mail: mauro65@gmail.com, ORCID 0000-0001-8629-0800.

Authors

Oleg Yu. Latyshev – D.Sc., Ph.D., D.Sc.h.c., full member of IAS, IANH, EANH, ISA, IACUTLL, corresponding member of IAPS, professor of RANH, president, International Mariinskaya Academy named after M.D. Shapovalenko, Moscow, the Russian Federation, e-mail: papa888@list.ru, ORCID 0000-0002-6164-0015.

Polina A. Latysheva – executive director, International Mariinskaya Academy named after M.D. Shapovalenko, Moscow, the Russian Federation, e-mail: papa888@list.ru.

Luisetto Mauro – MD, academician, honorary vice-president, International Mariinskaya Academy named after M.D. Shapovalenko, Piacenza, Italy, e-mail: mauro65@gmail.com, ORCID 0000-0001-8629-0800.

ВЛИЯНИЕ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ВЫРАЩИВАНИЯ И ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКУЮ ЦЕННОСТЬ ТОВАРА

Аннотация. В статье обосновывается тезис о значимости учета фактора природно-климатических и иных особенностей места произрастания и переработки сельхозпродукции в организации процесса ее производства и реализации, в том числе при формировании потребительского мнения о ценности товара. Приведен ряд характерных примеров, иллюстрирующих отличие потребительских характеристик сельскохозяйственной продукции, произведенной в различных регионах. Обосновывается возможность формирования и усиления конкурентных преимуществ региональной экономики за счет учета и эффективного использования географических особенностей территории при производстве и продвижении продовольственной продукции компаниями региона.

Ключевые слова: сельскохозяйственное производство, региональная экономика, географические особенности территории, потребительская ценность товара, конкурентные преимущества продукции.

S.N. Mozulev

THE INFLUENCE OF GEOGRAPHICAL FEATURES OF GROWING AND PRODUCTION OF AGRICULTURAL PRODUCTS ON THE CONSUMER VALUE OF THE PRODUCT

Abstract. The article substantiates the thesis about the importance of taking into account the factor of natural, climatic and other features of the place of growth and processing of agricultural products in organizing the process of its production and forming a consumer opinion about the value of the product. A number of typical examples are given to illustrate the difference in consumer characteristics of agricultural products produced in different regions. The possibility of forming and enhancing the competitive advantages of the regional economy by taking into account and effectively using the geographical features of the territory is substantiated.

Keywords: agricultural production, regional economy, geographical features of the territory, consumer value of goods, competitive advantages of products.

Введение

Большая площадь, множество климатических зон, разнообразие рельефа и водных режимов на территории Российской Федерации, традиционно считающиеся природным богатством нашей страны, для обеспечения устойчивого роста благосостояния ее жителей требуют применения рационального подхода к их использованию.

Углубление дифференциации продовольственных товаров, наблюдающееся как на зарубежных, так и на отечественном рынке происходит под воздействием множества факторов или векторов, значительная часть из которых связана

непосредственно с составом товара и обусловленной этим составом функциональностью продукта питания. Факторы окружающей среды, такие как почва, климат, топография, гидрография и т.п. оказывают влияние не только на продуктивность сельскохозяйственного производства, но и непосредственно на состав производимой сельхозпродукции, а, следовательно, потребительскую ценность продовольственных товаров [1; 2]. В современной теории и практике управления как хозяйствующими субъектами, функционирующими в сфере сельскохозяйственного и обрабатывающего производства, так и региональной экономикой данной совокупности факторов уделяется недостаточное внимание. Данная проблематика требует методологического осмысления и методических разработок, способных сформировать инструментарий их использования в целях повышения здоровья населения, социального и экономического благополучия, создания предпосылок для демографического роста.

Цель и задачи исследования

Целью исследования является обоснование влияния географических особенностей производства сельхозпродукции на потребительскую ценность продуктов питания.

Задачами исследования являются: анализ влияния фактора природно-климатических и иных особенностей места произрастания и переработки сельхозпродукции на организацию процесса ее производства и формирование потребительского мнения о ценности продукта; разработка рекомендаций по усилению конкурентных преимуществ региональной экономики за счет учета и эффективного использования географических особенностей территории.

Методы исследования

В ходе реализации задач и достижения цели научного исследования применены методы индукции, дедукции, экстраполяции, обобщения.

Полученные результаты

Каждая территория имеет особый состав почвы, на который, помимо характерных особенностей природно-климатической зоны, в которой она расположена, оказывает влияние совокупность факторов. Свойствами материнской породы определяются физические характеристики и содержание питательных веществ, рельеф способствует перераспределению осадков и ультрафиолета, действует на тепловой, водный и солевой режим почвы, свою лепту вносят ход выветривания горных пород и процессы почвообразования, характер животного и растительного мира (микроорганизмы и животные обеспечивают рыхление и формирование гумуса, а растения образуют опад, который также потом превращается в плодородный слой) – все это обуславливает разнообразный почвенный состав, изменяющийся в зависимости от региона [3]. Факторы окружающей среды оказывают влияние не только на продуктивность сельскохозяйственного производства, но и

непосредственно на состав производимой сельхозпродукции, а, следовательно, потребительскую ценность продовольственных товаров

Так, например, выращенные в окрестностях вулканов овощи или ягоды могут иметь значительно большую цену на рынке именно потому что, они выращены около вулканов. И это не маркетинговый ход, а объективная причина, которая состоит в том, что происходящие во время извержения вулканов огромные выбросы минеральных веществ фактически удобряют земли и, соответственно, поля, находящиеся в сотнях километров вокруг на длительный период. Выбросы вулканов и горные почвы, появившиеся в результате проходившей на определенной территории вулканической активности, могут содержать значительное количество эссенциальных микроэлементов (таких как цинк, селен, медь, железо, кобальт, никель, молибден, титан) и мезоэлементов (кальций, магний, сера). Аракат, Везувий извергались десятки раз на протяжении многих веков, сформировав таким образом уникальный состав почвы, соответственно, например, ягоды, которые выращиваются на таких почвах, вследствие этого характерного состава по своим потребительским характеристикам значительно отличаются от произрастающих на других территориях. В Италии клубника, выращенная под Везувием, стоит в 2 раза дороже, чем обычная, а особые свойства ягод винограда, выращенного в окрестностях Араката, используемые как сырье для виноделия, влияют в том числе и на потребительские характеристики производимой из них продукции конечной переработки (вино, коньяк и др.)

В мировой практике инновационные решения в сфере дифференциации продукции сельскохозяйственного производства наиболее активно внедряются во многих развитых странах, в частности, в США, странах Евросоюза, Китае и ряде других [4–6].

Учет географических особенностей выращивания и производства сельскохозяйственной продукции создает объективные предпосылки для совершенствования деятельности сельхозпроизводителей и перерабатывающих предприятий минимум в двух направлениях. Первое направление – это маркирование продуктов, не просто в терминах «географическое указание» или «наименование места происхождения товара» по принципу «Тульский пряник» или «Астраханские арбузы», а на основе научно-обоснованного подтверждения особых характеристик, естественной функциональной ценности товара, когда из выращенной на уральских склонах пшеницы будут сделаны пряники с повышенным содержанием молибдена или выращенные на Камчатке томаты позволят потребителю повысить потребление магния [7]. Таким образом открываются значительные перспективы для географического брендинга, развития типов продуктов. С учетом разности в возможном наличии (точнее, отсутствии) каких-либо питательных элементов в определенной местности и реальной потребности в них у местного потребителя зачастую наблюдается закономерность «чем дальше, тем лучше». И это обуславливает актуальность второго направления – формирования нового наполнения для агротуризма. Примечательно, что в отдельных частных проявлениях это ни что иное, как хорошо известное каждому обывателю: «к морю» или «на

воды», когда таким очевидным способом уменьшается дефицит йода в организме или потребляется определенная зарекомендовавшая себя десятилетиями или даже столетиями комбинация полезных веществ в той или иной минеральной воде. Регионы, обладающие такого рода уникальными природными условиями, фактически имеют и должны в полной мере использовать дополнительные конкурентные преимущества, причем искусственно их воссоздать крайне сложно.

Таким образом, учет географических особенностей производства продовольственной продукции открывает значительные возможности использования развития типов продуктов, их вкусов и географического брендинга как инструмента повышения конкурентоспособности не только непосредственно продукции, но и самих товаропроизводителей, и региона ее происхождения в целом, причем не только при производстве продукции для отечественного потребителя, но и для отправки на экспорт, в первую очередь, в Китай и страны Юго-Восточной Азии (с еще большей степенью вероятности успеха, чем на внутреннем рынке). Отметим также, что географическая близость регионов Сибири и Дальнего Востока к рынкам Китая и стран АСЕАН, а также обширные территории и разнообразие географических особенностей восточных территорий России [8] создают множество возможностей для организации системной работы в части географического брендинга, развития типов продуктов, причем как для действующих производств, так и на этапе проектирования создания новых.

Выводы

Подводя итог, можно заключить, что географические особенности территории могут оказывать значительное влияние на потребительскую ценность продуктов, получаемых в результате сельскохозяйственного производства и переработки сельхозпродукции.

Особый акцент на учете фактора географических особенностей выращивания и производства сельскохозяйственной продукции и его эффективное использование при принятии решений в деятельности хозяйствующих субъектов и органов власти как на микро-, так и на мезоуровне позволит сформировать дополнительные значимые для потребителя преимущества продуктов питания и в целом способствовать социальному и экономическому развитию территории, дополняя и усиливая ее конкурентные преимущества.

Список использованной литературы

1. Типы почв в РФ и их влияние на сельское хозяйство URL: <https://grainrus.com/novosti-kompanii/articles/typy-pochv-v-rf-i-ikh-vliyanie-na-selskoe-khozyaystvo> (дата обращения: 30.10.2024).
2. Инновационное развитие агропромышленного комплекса в России. Agriculture 4.0 : XXI Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества (г. Москва, 2020 г.) / Н.В. Орлова, Е.В. Серова, Д.В. Николаев и др. / под ред. Н.В. Орловой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая шко-

ла экономики». – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики. – 2020. – 128 с. – ISBN 978-5-7598-2178-6 (в обл.). – ISBN 978-5-7598-2075-8.

3. Состояние мировых земельных и водных ресурсов для производства продовольствия и ведения сельского хозяйства. Системы на пределе. Доклад СОЛАВ 2021. URL:<http://www.fao.org/3/cb7654en/online/cb7654en.html> (дата обращения: 30.10.2024).

4. U.S. Agriculture Innovation Strategy: A Directional Vision For Research URL: <https://www.usda.gov/sites/default/files/documents/AIS.508-01.06.2021.pdf> (дата обращения: 30.10.2024).

5. Xu J., Zhang Zh, Zhang X, Ishfaq M., Zhong J., Li W., Zhang F. and Li X. Green Food Development in China: Experiences and Challenges //Agriculture. – MDPI. – 9 December 2020. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/163a/57cb07a069ff2b7389e2d6080187cdfab72e.pdf?_ga=2.80231647.933430075.1663423154-1459930241.1663423154 (дата обращения: 30.10.2024).

6. China’s Agri-food Sector Modernization Presents Investment and Learning Opportunities, Experts at Pinduoduo Food Systems Forum Say. URL: <https://pandaily.com/chinas-agri-food-sector-modernization-presents-investment-and-learning-opportunities-experts-at-pinduoduo-food-systems-forum-say> (дата обращения: 30.10.2024).

7. Стратегические направления развития инновационной деятельности в аграрном секторе зарубежных стран / А.Г. Папцов, О.С. Прохоренко, О.В. Черкасова [и др.]. – Москва : Федеральный научный центр аграрной экономики и социального развития сельских территорий – Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства, 2023. – 305 с. – EDN EIPLUL. С. 119–140.

8. Найданова Э.Б. Экспортный потенциал сельского хозяйства регионов Дальневосточного федерального округа / Э.Б. Найданова // Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе : материалы 6-й междунар. науч.-практ. конф. (г. Иркутск, 23 нояб. 2023 г.). – Иркутск : Изд. дом БГУ, 2024. – С. 201–206.

Информация об авторе

Мозулев Сергей Николаевич – директор Байкальского центра экономического образования и предпринимательства, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: mozulevsn@gmail.com.

Author

Sergey N. Mozulev – Director of Baikal Center for Economic Education and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: mozulevsn@gmail.com.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕАЛИЗАЦИИ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОГО ПОДХОДА В БИЗНЕСЕ

Аннотация. Клиентоцентричный подход сегодня – не только дань модному веянию, а безусловная необходимость для бизнеса. Современные компании стремятся не просто продать товар или услугу, а построить долгосрочные отношения с клиентом, ориентируясь на потребности последнего, обеспечить полное удовлетворение потребностей. В 2022 году к этой тенденции присоединилось и государство, определив клиентоцентричность как один из принципов предоставления государственных и муниципальных услуг, и закрепив их в стандарте «Государство для людей», что задало определенные направления развития этого подхода и в бизнесе.

Ключевые слова: клиентоцентричность, потребитель, бизнес, клиент, государство, человек.

**E.B. Naydanova,
D.B. Ayusheeva**

THE ROLE OF THE STATE IN IMPLEMENTING A CUSTOMER-CENTRIC APPROACH IN BUSINESS

Abstract. Customer-centric approach today is not only a tribute to a fashionable trend, but an absolute necessity for business. Modern companies strive not just to sell goods or services, but to build long-term relationships with the client, focusing on the needs of the latter, to ensure full customer satisfaction. In 2022, the state joined this trend, by identifying customer-centricity as one of the principles of providing public and municipal services, and fixing them in the standard «State for People», which set certain directions for the development of this approach in business.

Keywords: customer-centricity, consumer, business, client, state, person.

Введение

Сегодня клиентоцентричность является один из ключевых трендов развития бизнеса. Удобство, скорость, вовлеченность и открытость – всё это потребителю важно не меньше, чем качество продукции или услуги. Исследованием клиентоцентричного подхода занимались авторы Ю.С. Муха, Саморуков А.А., Юденко М.Н., отмечающие в своих публикациях важную роль клиентоцентричного подхода на современном этапе.

Ориентация государства на клиентоцентричный подход, отношение к гражданину как к потребителю государственных услуг, может стать примером для коммерческой отрасли. Если до недавнего времени государственные структуры не отличались клиентоориентированностью, то в последние годы эта сфера, находящаяся под государственным контролем, значительно изменилась.

Одновременно с этим, организация, уделяющая особое внимание развитию отношений с клиентами, впоследствии может получить больший доход, чем иная

другая, не реализующая данный подход. Актуальность исследования, таким образом, подчеркивается тем, что бизнес может перенять опыт государства в построение стратегии клиентоцентричности.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – сформулировать роль государства в реализации клиентоцентричного подхода в бизнесе.

Задачи исследования:

- определить сущность клиентоцентричного подхода и его принципы;
- описать особенности клиентоцентричного подхода во взаимодействии государства и граждан;
- изучить описание перехода к клиентоцентричному подходу в бизнесе, как результат государственного воздействия.

Методы исследования

Исследование основано на методах системного анализа, индукции, дедукции, абстрагирования, обобщения, традиционных способах экономического анализа. Источниками информации послужили научные публикации, нормативные правовые документы и официальные статистические данные.

Полученные результаты

В мире все больше внимания уделяется потребностям человека, его интересам. Отсюда и интерес бизнеса и государства к клиентоцентричности.

Клиентоцентричность или клиентоцентричный подход представляет собой полное понимание потребностей клиента и их удовлетворение.

Клиентоцентричный подход базируется на ряде определенных принципов:

- понимание потребностей клиентов, их нужд и удовлетворение их;
- фокус на интересах потребителя, а не на краткосрочной выгоде;
- персонализация, индивидуальный подход;
- прозрачность и доверительные отношения;
- гибкость, готовность к изменениям, адаптация;
- сбор обратной связи и отзывов для улучшения качества товаров и услуг [1].

Ориентация на клиентоцентричность сегодня активно проявляется и в государственной сфере. Благодаря этому, снижается количество жалоб и претензий от граждан, получающих государственные услуги, а те жалобы, что имеются, позволяют выявить проблемные места в работе государственного аппарата. Совокупность факторов позволяет эффективно и комфортно взаимодействовать государству и людям (рис. 1).

В своем послании в 2021 году Президент РФ В.В. Путин отметил: «Очень важно, и чего я хотел бы добиться от людей, работающих в муниципалитетах, в регионах РФ, чтобы задачи, решаемые этими административными структурами в интересах людей, решались вместе с людьми» [3]. Результатом работы над данным вопросом стал выбор клиентоцентричного подхода при оказании услуг

гражданам муниципальными и государственными органами [4]. В контексте использования клиентоцентричного подхода государством стоит отметить, что стремится государство не к идеальному процессу, а к наибольшей удовлетворенности потребителя государственных услуг – гражданина.



Рис. 1. Принципы взаимодействия между государством и человеком [2]

Согласно Распоряжению Правительства Российской Федерации от 1 октября 2021 г. № 2765-р «Об утверждении Единого плана по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 г. и на плановый период до 2030 г.» и инициативе социально-экономического развития Российской Федерации «Государство для людей», провозглашенной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 октября 2021 г. № 2816-р, запущен федеральный проект «Клиентоцентричность», получивший впоследствии наименование «Государство для людей».

Федеральный проект «Государство для людей» направлен на приоритизацию интересов граждан для государственной политики и управления, ориентированность на обеспечение благополучия и процветания граждан. Говоря о клиентоцентричном государстве, его базовыми принципами являются:

- доступность информации об услугах для граждан и ее прозрачность;
- уважение прав и свобод граждан, их защита, гарантированность правосудия;
- сбор обратной связи от граждан о качестве услуг и эффективности работы.

В отличие от коммерческих организаций, где клиентоцентричность окажет влияние на доход предпринимателя, государство получает сокращение затрат: снижается использование человеческого ресурса, в частности, на обработку жалоб. Перенос подобного подхода на коммерческие предприятия подразумевает ответы на следующие вопросы:

1. «Как поступит клиент при появлении потребности?».

2. «Каким образом информация будет воспринимается клиентом наилучшим образом?»).

3. «Как необходимо спланировать общение с разными клиентами?» [5].

Как можно понять из вопросов, они актуальны как для государственных служащих, однако, перенести их можно и на коммерческую деятельность. В целом, взаимодействие между государством, бизнесом и человеком можно выразить наглядно на рис. 2.

Человек	Бизнес	Государство
<ul style="list-style-type: none">• доступность• комфорт• развитие	<ul style="list-style-type: none">• ориентация на потребителя в предоставлении услуг• стабильность• качество	<ul style="list-style-type: none">• цифровизация платформ и сервисов• доступность услуг• качество услуг• рост сервисов и услуг для малого и среднего бизнеса

Рис. 2. Взаимосвязь клиентоцентричного государства на человека через развитие бизнеса [6]

Еще один выпущенный государством стандарт клиентоцентричного подхода во взаимодействии с предпринимателями – стандарт «Государство для бизнеса». В документе отражены особенности взаимодействия государства и субъектов предпринимательства, представлены ключевые показатели внедрения клиентоцентричного подхода, мотивация, ряд требований к сотрудникам. Документ может быть использован бизнесом в качестве основы для разработки собственных документов подобного рода.

Ряд крупных российских компаний активно внедряет подходы клиентоцентричности в своей деятельности. Так, некогда поисковик «Яндекс» сегодня – масштабная IT-организация, с собственными разработками и маркетплейсом. Сюда же можно отнести компанию Wildberries, начинавшую как интернет-магазин одежды. Сегодня это крупнейший в России маркетплейс, в котором можно купить всё: от одежды и обуви до электроники. Удобное приложение, доставка до дверей или ближайшего пункта выдачи обусловили популярность проекта, который значительно экономит время на походах в магазин за поиском необходимых вещей. Обе эти компании ориентированы на потребителя и стремятся предугадать потребности клиента до момента их возникновения.

При этом, в коммерции клиентоцентричный подход реализуется только до тех пор, пока это приносит прибыль. Государство же, в отличие от экономической сферы, прибыли от реализации услуг не получает и поэтому ориентировано на повышение качества услуг, оказываемых населению и снижение издержек, рост совокупной общественной полезности.

Использование клиентоцентричного подхода, как одного из направлений государственной политики, позволяет государству качественно взаимодействовать с обществом, а бизнесу – с потребителем услуг и товаров [7].

Выводы

Клиентоцентричный подход как направление, актуально как для государства, так и для бизнеса. Государство задает определенное направление развитие клиентоцентричности, так как фиксирует необходимость развития на законодательном уровне, подчеркивает важность ориентации на человека, в этом и заключается его роль. Одним из перспективных направлений можно назвать реализацию федерального проекта по клиентоцентричности – это позволило бы бизнесу наглядно изучить необходимость применения стандартов клиентоцентричности, опираясь на опыт государства. В конечном итоге, клиентоцентричный подход позволит бизнесу увеличить доходы в долгосрочной перспективе за счет удержания потребителей.

Список использованной литературы

1. Муха Ю.С. Клиентоцентричный подход / Ю.С. Муха // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2023. – № 21. – С. 47–50.
2. Федеральный проект «Государство для людей». – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/gosudarstvennoe_upravlenie/gosudarstvo_dlya_lyudey.
3. Заседание наблюдательного совета АНО «Россия – страна возможностей» // Президент России. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/61726>.
4. Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 01.10.2021 №2765-р. – URL: <https://storage.strategy24.ru/files/news/202103/dc6fc463a6b2015d8c8435f11dbe2667.pdf>.
5. Саморуков А.А. Клиентоцентричный подход в государственном управлении / А.А. Саморуков // Развитие и взаимодействие реального и финансового секторов экономики в условиях цифровой трансформации : материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Оренбург, 5–6 окт. 2023 г.). – Оренбург : Оренбург. гос. ун-т, 2023. – С. 583–587.
6. Юденко М.Н. Роль клиентоцентричного государства в развитии бизнеса / М.Н. Юденко, А.В. Иванчикова // Современный менеджмент: проблемы и перспективы : сб. ст. по итогам 17-й национальной науч.-практ. конф. с междунар. участием (г. Санкт-Петербург, 29–30 сент. 2022 г.). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – Ч. 1. – С. 177–182.
7. Найданова Э.Б. Клиентоцентричность в государственном управлении как фактор развития государственного кадрового потенциала / Э.Б. Найданова, Д.Б. Аюшеева // Человеческий капитал современного общества: проблемы оценки и перспективы развития : материалы всерос. науч.-практ. конф. с иностран-

ным участием (к 75-летию со дня рождения ученого, общественного деятеля, д-ра экон. наук, профессора Е.Д. Цыреновой), Улан-Удэ, 6 фев. 2024 г – Улан-Удэ : Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, 2024. – С. 99–106.

Информация об авторах

Найданова Эржена Батожаргаловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, мировой экономики, государственного и муниципального управления, Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, г. Улан-Удэ, Российская Федерация, e-mail: erzhenabolotova@mail.ru.

Аюшеева Дарима Баяровна – магистрантка направления подготовки «Государственное и муниципальное управление», Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, г. Улан-Удэ, Российская Федерация, e-mail: darimaab@bk.ru.

Authors

Erzhena B. Naydanova – Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Economic Theory, World Economy, State and Municipal Management, East Siberian State University of Technology and Management, Ulan-Ude, the Russian Federation, e-mail: erzhenabolotova@mail.ru.

Darima B. Ayusheeva – undergraduate student of the field of study «State and municipal management», East Siberian State University of Technology and Management, Ulan-Ude, the Russian Federation, e-mail: darimaab@bk.ru.

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ

Аннотация. Агропродовольственная политика подвержена влиянию множества факторов, однако ее задачи всегда неизменны. Современные тренды агропродовольственной политики направлены на повышение качества продовольственного обеспечения жителей страны и ее регионов. При этом от курса агропродовольственной политики зависит и агропредпринимательство. В статье представлены ключевые направления агропродовольственной политики, продиктованные трансформационными изменениями, происходящими в мире, стране. Выделены тенденции развития аграрного сектора в регионе и влияние их на функционирование предприятий, ведущих свою деятельность в аграрном секторе.

Ключевые слова: агропродовольственная политика, малое предпринимательство, регион, Республика Бурятия.

**E.B. Naydanova,
N.M. Polyanskaya,
O.B. Yambaeva**

CURRENT TRENDS IN AGRI-FOOD POLICY AND THEIR IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN THE REGION

Abstract. Agri-food policy is influenced by many factors, but its objectives are always the same. Modern trends in agri-food policy are aimed at improving the quality of food provision for residents of the country and its regions. At the same time, agro-entrepreneurship also depends on the course of agri-food policy. The article presents the key directions of agri-food policy dictated by the transformational changes taking place in the world and the country. The trends in the development of the agricultural sector in the region and their impact on the functioning of enterprises operating in the agricultural sector are highlighted.

Keywords: agri-food policy, small business, region, Republic of Buryatia.

Введение

Продовольственный вопрос всегда был одним из наиболее важных для развития общества, поскольку необходимость обеспечивать общество продуктами питания для поддержания жизнедеятельности носит постоянный характер. Современная агропродовольственная политика нацелена на формирование системы импортозамещения базовых продовольственных товаров, которая может быть выстроена посредством формирования стабильной материально-технической базы агропредпринимателей для бесперебойного производственного процесса.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – изучить современные тренды агропродовольственной политики и определить их влияние на развитие малого предпринимательства на региональном уровне.

Задачи исследования:

- изучить тенденции развития аграрной сферы Республики Бурятия;
- дать оценку состояния развития малого агропредпринимательства в регионе;
- выделить направления развития предпринимательства в сфере аграрного производства на региональном уровне.

Методы исследования

В процессе научного исследования использовались такие общепринятые методы как индукция, дедукция, обобщение, системный анализ.

Полученные результаты

Довольно продолжительный период времени аграрный сектор находился в довольно сложном положении. Это было связано с переходом страны на новые рыночные рельсы, что отразилось на функционировании предприятий, ведущих свою деятельность в сфере аграрного производства. Недостаточность финансирования, устаревшие оборудование и техника, воздействие макроэкономических факторов на сельскохозяйственную деятельность – все это в совокупности негативно повлияло на развитие отрасли.

Процесс возрождения аграрного производства и отрасли в целом начался в 2006 г. с запуском нацпроекта, направленного на развитие агропромышленного комплекса. Основной задачей проекта являлось повышение эффективности функционирования аграрного комплекса с целью обеспечить на национальном уровне безопасность не только экономическую, но и продовольственную. Сегодня под агропродовольственной политикой можно понимать деятельность органов государственной власти на основе системного подхода, направленную на формирование условий экономического, правового и социального характера с целью усиления продовольственной независимости России, а также продовольственной самообеспеченности регионов [1, с. 168].

Рассматривая современное состояние агропромышленного комплекса в России и в регионах, необходимо учитывать влияние на аграрную сферу общей макроэкономической ситуации, санкционные ограничения, нестабильность поставок импортного оборудования и техники. Все эти факторы в совокупности определили некоторые ключевые тенденции при формировании агропродовольственной политики, в частности на региональном уровне. К основным направления развития агропродовольственной политики можно отнести устойчивое развитие сельских территорий, а также укрепление продовольственной обеспеченности на региональном уровне [2, с. 63].

Для того, чтобы решить все поставленные задачи для развития аграрного сектора необходимо наращивать объемы производства сельскохозяйственной продукции, формировать новые крепкие хозяйственные связи для обеспечения экспортно-импортных аграрных отношений.

Одним из регионов, который является присоединившимся к дальневосточному федеральному округу в 2018 г., является Республика Бурятия. Такой шаг переноса субъекта из одного макрорегиона в другой послужил началом нового этапа в социально-экономическом развитии общества республики. Для ведения сельскохозяйственной деятельности в Бурятии довольно сложные природно-климатические условия [3, с. 200]. При этом формирование показателей развития агропромышленного комплекса имеет довольно стабильную положительную динамику. Основным критерием, который характеризует развитие аграрного сектора в регионе можно назвать производство сельхозпродукции (рис. 1).

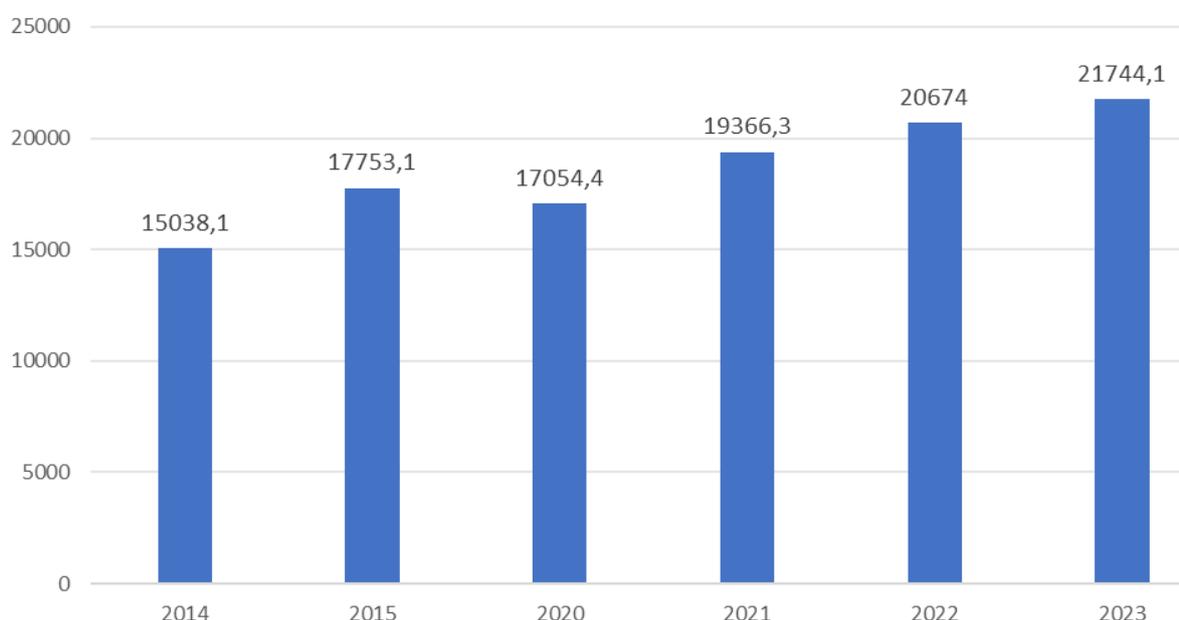


Рис. 1. Динамика продукции сельского хозяйства в Республике Бурятия, млн руб.
(Составлен по данным [4])

Устойчивость развития аграрной сферы можно достичь при всесторонней господдержке, которая может быть реализована посредством различных инструментов. Наиболее эффективным способом реализации мер господдержки сегодня являются программы, на основании которых предлагается аграриям использовать те или иные инструменты при выполнении поставленных условий. В Бурятии активно реализуется госпрограмма «Развитие агропромышленного комплекса и сельских территорий в Республике Бурятия» [5], которая за период своего функционирования значительно расширила возможности получения финансовой помощи агропредпринимателям. Источниками финансирования для достижения целей программы в виде устойчивого развития села, повышение эффективности деятельности сельхозпредприятий, выступают бюджеты всех уровней, а также внебюджетные средства (рис. 2).

Согласно данным рисунка видно, что на 2015 г. приходится наибольший объем финансирования задач Госпрограммы, при этом наибольшая доля на начальном этапе реализации программы приходится на внебюджетные источники, а далее на протяжении дальнейших периодов большая часть ассигнований выделяется из республиканского бюджета.

Согласно паспорту программы, в регионе проходит технологическая модернизация производственных процессов, что благоприятно влияет на агропредпринимательскую активность.

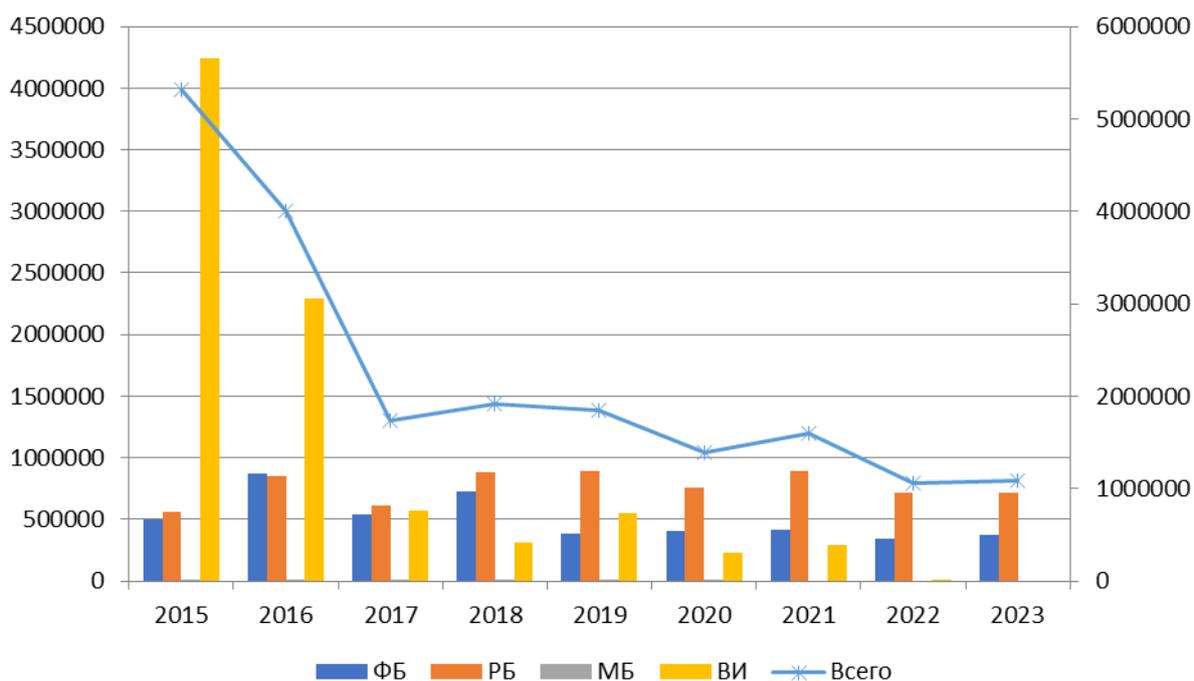


Рис. 2. Финансирование аграрной сферы региона в рамках Госпрограммы, млн руб.*
(Составлен по данным [5])

Одной из форм, набирающих сегодня популярность для ведения агробизнеса в регионе, являются предприятия малых форм хозяйствования в виде крестьянских или фермерских хозяйств К(Ф)Х, а также сельхозкооперативов (СПОК). Так, на территории республики на протяжении последних лет 2021–2023 гг. Наблюдается тенденция роста предприятий в виде К(Ф)Х и СПОКов, что позволило увеличить количество новых рабочих мест в 2023 г. до 55 единиц [6]. Прирост небольшой, но достаточно стабильный. Также благодаря реализации мер поддержки в регионе наблюдается прирост объема переработки, закупа и сбыта сельхозпродукции в СПОКах. в течение трех последних лет наибольший прирост наблюдается в 2022 г. – 35 %, наименьший в 2024 г. – 10 %.

В целом динамика численности предприятий, которые ведут свою деятельность в аграрном секторе можно определить, как неоднозначную (рис. 3). Общее число предприятий в республике в 2023 г. по сравнению с 2015 г. сократилось на 3,6 %, а предприятий, занятых в сельхозотрасли – на 18,5 %.

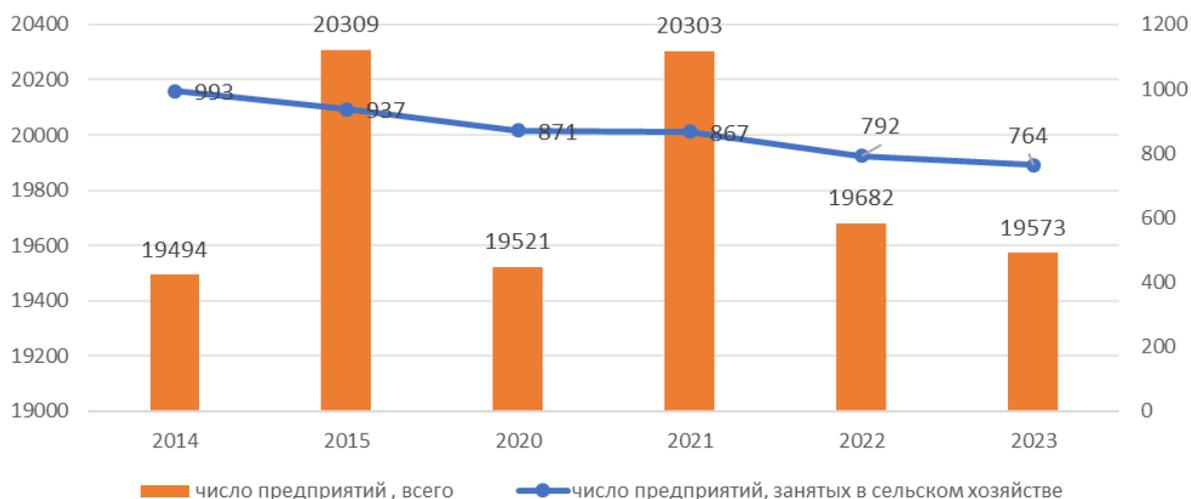


Рис. 3. Численность предприятий, ведущих предпринимательскую деятельность в сельском хозяйстве, ед.
(Составлен по данным [4])

В республике многим фермерам и индивидуальным предпринимателям оказывается грантовая поддержка по различным направлениям. Наиболее популярными среди региональных аграриев являются такие гранты как «Агростартап» и «Развитие семейных ферм».

Республиканский бюджет выделил более 201 млн руб по итогам 2023 г. на развитие малых форм хозяйствования, что позволило ввести в эксплуатацию мясные и молочные фермы в районах Бурятии, модернизировать некоторые цеха по переработке сельхозпродукции [6].

Выводы

Таким образом, формирование агропродовольственной политики в стране и ее регионах обуславливается многими факторами. Учитывая их влияние формируются новые тренды, которые во многом определяют развитие малого агробизнеса, что в свою очередь сказывается на общем состоянии устойчивости продовольственной обеспеченности региона [7, с. 70].

Список использованной литературы

1. Имяреков С.М. Проблемы и основные тренды формирования современной экономической агропродовольственной политики России / С.М. Имяреков, Ю. В. Четайкина, К. А. Фошина // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2015. – № 3 (34). – С. 168–176.
2. Дугина Е.Л. Проблемы цифровизации и экологизации регионального агропродовольственного комплекса / Е.Л. Дугина, Е.В. Доржиева, А.С. Баженова // Экономика, управление и образование : материалы 4-й Национальной науч.-практ. конф. (г. Улан-Удэ, 20–22 окт. 2021 г.). – Улан-Удэ : Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, 2022. – С. 61–65.

3. Найданова Э.Б. Проблема продовольственного обеспечения региона с экстремальными климатическими условиями / Э.Б. Найданова // Экономика Дальнего Востока: новые возможности в меняющемся мире : материалы круглых столов науч.-практ. конф. – Хабаровск. – 2022. – С. 200–203.

4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 10.09.2024).

5. Об утверждении Государственной программы «Развитие агропромышленного комплекса и сельских территорий в Республике Бурятия» постановление Правительства Республики Бурятия от 28.02. 2013 г. № 102. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/473800372> (дата обращения 03.09.2024).

6. Официальный портал Правительства Республики Бурятия. – URL: https://egov-buryatia.ru/about_republic/1-rus (дата обращения 06.09.2024).

7. Найданова Э.Б. Обеспечение продовольственной безопасности региона (на примере Республики Бурятия) / Э.Б. Найданова, Н.М. Полянская // Проблемы прогнозирования. – 2017. – № 1 (160). – С. 67–76.

Информация об авторах

Найданова Эржена Батожаргаловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, мировой экономики, государственного и муниципального управления, Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, г. Улан-Удэ, Российская Федерация, e-mail: erzhena_bolotova@mail.ru.

Полянская Наталья Михайловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры прикладной экономики, Бурятский государственный университет им. Доржи Банзарова, г. Улан-Удэ, Российская Федерация, e-mail: natali_mz@mail.ru.

Ямбаева Оксана Бакасовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: yambaeva.oksana@mail.ru.

Authors

Naydanova Erzhena Batozhargalovna – Candidate of Economics. Associate Professor of the Department of Economic Theory, World Economy, State and Municipal Management, East Siberian State University of Technology and Management, Ulan-Ude, the Russian Federation, e-mail: erzhena_bolotova@mail.ru.

Polyanskaya Natalia Mikhailovna – Candidate of Economics. Associate Professor of the Department of Applied Economics, Dorji Banzarov Buryat State University, Ulan-Ude, the Russian Federation, e-mail: natali_mz@mail.ru.

Yambaeva Oksana Bakasovna – Candidate of Economics. Associate Professor of the Department of Economics of Enterprises and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: yambaeva.oksana@mail.ru.

ВЛИЯНИЕ «ЗЕЛЕНОГО» ФАКТОРА СПРОСА НА ПРОДАЖИ ЖИЛЬЯ НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Аннотация. Показано место и значение «зеленого» фактора в системе факторов спроса на жилье на первичном рынке недвижимости, уточнено определение понятия «спрос», рассмотрены минимальные требования к проектам, строительству и эксплуатации, позволяющие относить жилье к категории «зеленое», показана неоднозначность влияния «зеленого» фактора на стоимость и продажи жилья, обозначены основные причины роста спроса и продаж на «зеленое» жилье на первичном рынке недвижимости.

Ключевые слова: «зеленое» жилье, спрос на жилье, проблема продаж жилья, «зеленые» стандарты, искомые ценности потребителей жилья.

N.G. Novikova

INFLUENCE «GREEN» DEMAND FACTOR OF DEMAND ON HOUSING SALES IN PRIMARY REAL ESTATE MARKET

Keywords: The place and importance of the «green» factor in the system of demand factors for housing in the primary real estate market is shown, the definition of the concept of «demand» was clarified, the minimum requirements for projects, construction and operation were considered, allowing housing to be classified as «green», the ambiguity of the influence of the «green» factor on the cost and sales of housing is shown, the main reasons for the growth in demand and sales for «green» housing in the primary real estate market are identified.

Keywords: «green» housing, demand for housing, the problem of housing sales, «green» standards, sought-after values of housing consumers.

Введение

Жилищное строительство является драйвером экономики, поскольку дает импульс к развитию многих смежных отраслей, оно имеет большое социальное значение, но также является отраслью вредно воздействующей на окружающую среду. По некоторым данным > 42 % глобальных выбросов CO₂ приходится на сферу строительства¹. Все это определяет решения, государства по обеспечению стабилизации и созданию условий для устойчивого развития в сфере жилищного строительства, в том числе и с учетом принципов «зеленого строительства». Имеются ввиду программные установки принятые в Стратегии развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2035 года² (далее Стратегия), ряд на-

¹ Зеленое строительство: что это такое и как оно развито в России URL:<https://www.sbergaem-vmeste.ru/publications/zelyonoe-stroitelstvo-cto-eto-takoe-i-kak-ono-razvito-v-rossii>.

² Стратегия развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2035 года, утвержденная Распоряжением Правительства РФ от 31.10.2022 № 3268-р.

циональных проектов, в том числе «Жилье и городская среда», льготная ипотека (семейная, IT, сельская, дальневосточная и арктическая)¹.

Условия развития жилищного строительства в конечном счете находят свое отражение в экономике застройщиков (девелоперов), в развитии конкуренции между ними, качестве жилья и справедливости рыночных цен.

Очевидно, что здоровая экономика застройщиков возможна только на основе регулярных продаж, поэтому исследование вопросов спроса на жилье, влияющих на него факторов, в том числе «зеленого», а также проблемы продаж являются актуальными направлениями исследования.

Ситуация с продажами на первичном рынке недвижимости в нашей стране весьма неоднозначная. При том что одни застройщики жилья озабочены лишь поиском наиболее финансово эффективной стратегии продаж, под которой преимущественно понимают определение оптимальных сроков и объемов вывода своей продукции на рынок, другие имеют много непроданного жилья, ввиду отсутствия спроса, что подрывает устойчивость их развития в условиях проектного финансирования и эскроу счетов, создает предпосылки банкротства. В своем выступлении 11 апреля 2023 года на совещании по экономическим вопросам Президент РФ Владимир Путин отмечал: «на рынке недвижимости начинают возникать определенные дисбалансы: происходит так называемое затоваривание, что в дальнейшем может привести к сокращению стройки»². Разумеется, процесс затоваривания имеет неравномерный характер по регионам, застройщикам и периодам времени. Так, в значительной мере, проблема затоваривания за три последних года была частично решена. Рост продаж жилья на первичном рынке наблюдался с начала 2023 года. До лета 2024 года он был достаточно высоким и имел не только потребительский, но инвестиционный характер. Однако по мере повышения ключевой ставки и удорожания ипотечного кредитования специалисты уже сегодня наблюдают постепенное снижение спроса и, соответственно, продаж на первичном рынке жилой недвижимости³. В этих условиях исследование вопроса возможности перехода застройщиков на «зеленые» стандарты и строительство на их основе экожилья является актуальным. Является ли «зеленое» жилье синонимом более дорогого жилья для каждого уровня оценки степени соответствия «зеленым» стандартам или нет? Каков потенциал роста продаж экожилья с учетом его возможно повышенной стоимости? Способен ли переход на строительство «зеленого» жилья оживить его продажи и стабилизировать положение застройщиков? Вот те вопросы, которые сегодня все еще требуют своего ответа.

¹ Какие льготные программы ипотеки останутся доступны россиянам в 2024 году URL:<https://realty.rbc.ru/news/65a57ec59a7947355f83af5f>.

² URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/70897/videos>.

³ Грачев Е. Держат на высоте: полная стоимость ипотеки превысила 23 %. Какие банки подняли ставки и как это повлияет на рынок недвижимости. URL:https://iz.ru/1766005/evgenii-grachev/derzhat-na-vysote-polnaia-stoimost-ipoteki-prevysila-23?utm_source=mail_json.

Цель и задачи исследования

Целью настоящей статьи является рассмотрение влияния «зеленого» фактора на стоимость жилья, спрос и продажи на первичном рынке недвижимости.

Для достижения поставленной цели в статье поставлены и решены следующие основные задачи:

1. Рассмотрено место и значение «зеленого» фактора среди факторов, влияющих на спрос, а, следовательно, и на продажи жилья на первичном рынке жилой недвижимости.

2. Рассмотрен «зеленый» ГОСТ и представлены его минимальные требования, выполнение которых необходимо для отнесения жилья к категории «зеленое» жилье.

3. Исследовано влияние применения принципов «зеленого» строительства на стоимость жилья на первичном рынке жилой недвижимости и продажи «зеленого» жилья.

Методы исследования

При проведении исследования влияния «зеленого» фактора на спрос и продажи на первичном рынке жилой недвижимости были использованы общенаучные методы исследования: научное описание, научный анализ, научный синтез, научное обобщение, метод нахождения и установления причин явлений.

Полученные результаты

Сущность понятия «спрос» рассматривалось в работах [1–3]. Так Астафьев С.А. и Саенко И.А. определяют спрос как отношение между ценой пользования объектами жилой недвижимости, расположенных в конкретном месте и характеризующихся количественными и качественными характеристиками объектов (потребительские характеристики), которые люди имеют желание и возможность приобрести [1]. Зачастую рассматривая спрос, авторы показывают его отдельные виды, например, реализованный, потенциальный, потребительский, инвестиционный и т.п. [1; 2], некоторые ограничивают понятие «спрос» только платежеспособностью населения [3]. Более точным с позиции интересов застройщика в обеспечении стабильного успешного функционирования представляется следующее определение спроса. Спрос на жилье – это то количество квартир определенной комнатности, места дислокации и иных характеристик, в том числе экономических условий продажи и эксплуатации, которое может быть продано целевой аудитории по одной из возможных цен, представленных на рынке за определённый период времени.

Исследование факторов спроса на первичном рынке жилой недвижимости, проводимые учеными в последние годы [1–5], позволило установить, что все факторы, рассматриваемые авторами можно подразделить на 3 большие группы: макро– (уровень экономики в целом), мезо– (уровень региона и микро-(уровень строительной организации, в частности организации-застройщика). При этом хотелось бы отметить, что понимая «фактор (от лат. factor – делающий, произво-

дующий) – как причину, движущую силу какого-либо процесса, явления, определяющую его характер или отдельные его черты¹, здесь и далее в состав факторов спроса считаем необходимым включить критерии выбора жилья потребителями, которые обычно рассматриваются учеными в отрыве от традиционного подхода к пониманию факторов спроса на первичном рынке жилой недвижимости [4; 5]. С учетом этого, к числу наиболее значимых факторов, влияющих на спрос, сегодня относят следующие: 1) Поддержка государством адресных направлений льготной ипотеки, правительственных программ Комфортная городская среда, арендное жилье, пилотных проектов «зеленого» строительства и др. (политические макрофакторы регуляторики) – положительно влияют на спрос на первичном рынке жилой недвижимости; 2) рост ставки рефинансирования, рост стоимости ипотечных кредитов, средний показатель которой сегодня достигает 23 % с учетом всех обязательных платежей², снижение реальных доходов населения и др. (экономические макрофакторы) – отрицательно влияют на спрос на первичном рынке жилой недвижимости; 3) сокращение рождаемости, повышение мобильности населения, дистанционные формы занятости, развитие экотренда («зеленый» фактор) и др. (социально-демографические факторы); 4) развитие цифровых технологий, развитие ресурсосберегающих, в том числе энергосберегающих технологий в строительном производстве и т.п. (технологические макрофакторы) – положительно влияют на спрос; меры по реализации государственных программ с учетом социально-демографических особенностей и технологических возможностей на уровне регионов на базе имеющегося ресурсного потенциала (мезофакторы); 5) качество анализа рыночных возможностей, в том числе понимание ценностей, искомых целевыми потребителями в свете последних тенденций, например, стремление потребителей к экожилью, знание основ управления продажами, умение организовать стратегический процесс и обеспечить реалистичность принимаемых стратегий, их взаимосвязь с рыночной политикой и т.п. (микрофакторы). Таким образом мы видим, что «зеленые» факторы входят в состав социально-демографических макрофакторов. Экотренд постепенно захватывает все слои общества.

Для точного понимания сущности «зеленого» жилья рассмотрим основные положения «зеленого» ГОСТа принятого в конце сентября 2022 года Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии (Росстандартом)³ для «создания комфортных и экологически безопасных условий проживания граждан в многоквартирных жилых зданиях»⁴.

¹ Большой энциклопедический словарь. URL: <https://gufo.me/dict/bes/%D0%A4%D0%90%D0%9A%D0%A2%D0%9E%D0%A0>.

² Грачев Е. Держат на высоте: полная стоимость ипотеки превысила 23%. Какие банки подняли ставки и как это повлияет на рынок недвижимости. URL: https://iz.ru/1766005/evgenii-grachev/derzhat-na-vysote-polnaia-stoimost-ipoteki-prevysila-23?utm_source=mail_json.

³ «ГОСТ Р 70346-2022. Национальный стандарт Российской Федерации. «Зеленые» стандарты. Здания многоквартирные жилые «зеленые». Методика оценки и критерии проектирования, строительства и эксплуатации» (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 09.09.2022 № 900-ст).

⁴ Там же.

При его разработке была учтена мировая практика разработки рейтинговых систем оценки «зеленых» зданий. Всего ГОСТом Р 70346-2022 предусмотрено 87 «зеленых» критериев, каждый из которых описывается рядом «зеленых» параметров/требований. Эти критерии распределены между 10-ю категориями, которые подразделяются на обязательные и добровольные «зеленые» критерии по проектированию, строительству, эксплуатации и утилизации «зеленых» многоквартирных жилых зданий.

Рейтинговая оценка степени соответствия многоквартирного жилого дома этому ГОСТу имеет 3 уровня: «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично». Для каждой из оценок предусмотрено определённое минимально необходимое количество баллов, которые можно набирать только по обязательным критериям. Рассмотрим минимально необходимые критерии, достижение которых позволяет относить жилье к категории «зеленое» жилье. Каждый критерий оценивается в один балл (табл.).

Обязательные критерии для получения оценки «удовлетворительно»*

Категория	«Зеленый» критерий и примеры «зеленых» параметров (в скобках)
1. Архитектура и планировка участка	1.2 Участок строительства. (наличие результатов инструментального анализа загрязнения почвы, воды и воздушного бассейна и др.)
	1.6 Декоративные растения (посадочные материалы соответствуют ГОСТу)
	1.15 Предчистовая отделка квартир (ровность стен, отсутствие щелей и т.п.)
2. Организация и управление строительством	2.1 Ответственное строительство (генеральный подрядчик и заказчик сертифицированы и др.)
3. Комфорт и качество внутренней среды	3.1 Визуальный комфорт (требования к освещенности квартир и др.)
	3.2 Качество воздуха (наличие вентиляции и др.)
	3.4 Качество воды (минимизация риска микробного заражения и др.)
	3.5 Тепловой комфорт (оптимальные нормы температуры, относительной влажности и скорости движения воздуха)
4. Энергоэффективность и атмосфера	4.9 Класс энергоэффективности (не ниже А)
5. Рациональное водопользование	5.1 Вода питьевого качества (вода питьевого качества по ГОСТ Р 51232, в том числе с использованием дополнительных систем очистки водопроводной воды)
	5.5 Контроль сточных вод (сточные воды отводятся в централизованные сети водоотведения и др.)
6. Материалы и ресурсоэффективность	6.3 Экологичные материалы (доля экологически сертифицированных строительных материалов и конструкций, использованных при строительстве, составляет не менее 10 %; доля экологичных материалов и конструкций, не содержащих токсичных компонентов, которые можно переработать после вывода здания из эксплуатации, должна быть не менее 10 %)

Категория	«Зеленый» критерий и примеры «зеленых» параметров (в скобках)
7. Отходы производства и потребления	7.3 Площадки для сбора отходов (расположение согласно ГОСТ Р 56195)
8. Экологическая безопасность территории	8.5 Плодородный слой (складирование и последующее применение плодородного слоя)
9. Безопасность эксплуатации здания	9.1 Доступность здания (велосипедные дорожки, тротуары, парковки, освещение)
10. Инновации устойчивого развития	Обязательных критериев не предусмотрено

* Составлена автором по материалам «ГОСТ Р 70346-2022. Национальный стандарт Российской Федерации. «Зеленые» стандарты. Здания многоквартирные жилые «зеленые». Методика оценки и критерии проектирования, строительства и эксплуатации» (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 09.09.2022 № 900-ст).

Согласно ГОСТу баллы, получаемые по обязательным критериям, не могут быть заменены на баллы, получаемые по добровольным критериям.

В скобках (колонка 2 табл.) приведены некоторые примеры параметров, по которым оценивается каждый критерий.

Следует отметить отсутствие обязательных критериев в категории 10 «Инновации устойчивого развития» (см. табл.). На сегодняшний день эта категория содержит только добровольные критерии, например, 10.1. Изменение климата; 10.2. Высочайший класс энергоэффективности; 10.3 Альтернативные источники энергии и др.

Рассмотрим каким образом применение принципов «зеленого» строительства может повлиять на стоимость жилья на первичном рынке жилой недвижимости. Обобщая мнения экспертов можно назвать следующие основные принципы «зеленого» строительства: ресурсосбережение, где особенно выделяют энергосбережение, использование возобновляемых источников энергии, управление отходами и выбросами, создание здоровых и комфортных условий для проживания и работы.

Мнения экспертов по стоимости «зеленого» жилья расходятся. По мнению большинства экспертов, экостроительство повышает себестоимость и, соответственно, стоимость жилья. В связи с этим застройщики требуют дотаций. Так проведенный в 2024 году опрос 20-ти ведущих строительных компаний показал, что 75 % респондентов отметили высокую стоимость «зеленых» технологий¹. Разброс мнений экспертов по величине превышения стоимости «зеленого» здания относительно аналога, существенный называются цифры и 3 % и 30 %².

¹ Зеленое строительство: что это такое и как оно развито в России <https://www.sbergaem-vmeste.ru/publications/zelyonoe-stroitelstvo-cto-eto-takoe-i-kak-ono-razvito-v-rossii>.

² «Зеленое» строительство: сколько стоят экодому и чем они лучше традиционных <https://tass.ru/nedvizhimost/12198827>.

Есть также и эксперты, утверждающие, что «зеленое» жилье более экономично чем традиционное, как на этапе проектирования, так и на этапе строительства. В качестве основного направления экономии рассматривается ресурсоэффективность достигаемая на основе применения новых материалов и технологий. Некоторые технологии и материалы позволяют сократить объемы стен, их вес, скорость сборки, снизить затраты на логистику и на этой основе снижать себестоимость и стоимость жилья. Здесь имеются ввиду SIP – структурированные изоляционные панели, ЛСТК – легкие стальные конструкции, полиуретан, пенополистерол взамен минеральной ваты и др. [6]. В России с 1 августа начал действовать ГОСТ Р 71392-2024 «Зеленые» стандарты. «Зеленое» индивидуальное жилищное строительство. Методика оценки и критерии проектирования, строительства и эксплуатации. Примечательно, что по мнению некоторых экспертов его использование не повлечет удорожание частных домов¹.

Интересно, что в США где «зеленое» жилье на 10–30 % дороже аналогов, повышенную стоимость объясняют исключительно с позиции интересов потребителей будущей экономией на коммунальных платежах, продолжительностью срока службы зданий, и трендом на владение экожильем².

Выводы

«Зеленый» фактор усиливает свое влияние на спрос, а, следовательно, окажет положительное влияние на продажи жилья на первичном рынке жилой недвижимости и конкурентоспособность тех застройщиков, которые первыми перейдут на «зеленые» стандарты. Основные причины такого влияния следующие: 1) введение «зеленого» ГОСТа Р 70346-2022 и развитие государственной регуляторики в части стимулирования «зеленого» строительства; 2) стремление застройщиков к повышению своей конкурентоспособности на основе применения «зеленых» технологий и материалов; 3) стремление потребителей к получению как минимум 3-х видов искомым ценностей: здоровье, экономия (льготы по ипотеке, страхованию и налоговые льготы которые возможно в будущем составят направления регуляторики), экономия на эксплуатационных расходах и за счет большего срока службы экзданий; возможность приобщиться к экотренду.

«Зеленое» строительство может как повышать себестоимость возведения жилых зданий, так и снижать. Это зависит от следующих причин: 1) выбранного по ГОСТу Р 70346-2022 уровня оценки соответствия проекта/жилья «удовлетворительно», «хорошо», «отлично». Чем выше оценка, на которую претендует застройщик, тем выше стоимость проекта и строительства; 2) от дислокации объекта строительства и его удаленности от экологически чистых местных материалов и производств; 3) от доступности «зеленых» технологий.

¹ Эксперт: нацстандарт зеленого ИЖС не повысит стоимость частных домов в РФ <https://realty.ria.ru/20240726/ekspert-1962106137.html>.

² «Зеленое» строительство: сколько стоят экоддома и чем они лучше традиционных <https://tass.ru/nedvizhimost/12198827>.

Список использованной литературы

1. Астафьев С.А. Исследование факторов спроса и оценки инвестиционной привлекательности жилой недвижимости / С.А. Астафьев, И.А. Саенко // Недвижимость: экономика, управление. – 2018. – №4. – С. 29–32.
2. Огородникова Т.В. Учет цикличности рынка недвижимости при принятии инвестиционных решений / Т.В. Огородникова, Б.М. Бедин, А.А. Соломеин // Известия Байкальского государственного университета. – 2023. – Т 33. – № 1. – С. 57–65.
3. Платежеспособный спрос и уровень доступности жилья на рынке недвижимости Москвы / Ю.Н. Богданова, Ж.А. Хоркина // Промышленное и гражданское строительство. – 2020. – № 11. – С. 63–68.
4. Плетнева, Н.Г. Вызовы и тенденции развития жилищного строительства в «эпоху беспорядка» / Н.Г. Плетнева, Д.В. Сбитнева // Теоретическая экономика. – 2021. – № 11. – С. 116–121. – URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (дата публикации: 30.11.2021).
5. Киппа О.В. Исследование потребительских предпочтений при строительстве / покупке индивидуального жилья на территории Хабаровска и Хабаровского района / О.В. Киппа, И.Ю. Полякова // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке : материалы конф. – 2023. – С. 479–483.
6. Иванкина Е.В. «Зеленое» строительство как инструмент сокращения бюджета строительства объекта жилой недвижимости / Е.В. Иванкина, Д.В. Солин // Современные проблемы управления проектами в инвестиционно-строительной сфере и природопользовании : сб. трудов конф. (г. Москва, 10–14 апр. 2014 г.). – С. 224–232.

Информация об авторе

Новикова Надежда Григорьевна – доктор экономических наук, профессор, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: ngn777@mail.ru.

Author

Nadezhda G. Novikova – D.Sc. in Economics, Professor, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: ngn777@mail.ru.

КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ – ПРОВОДНИК ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Статья посвящена анализу креативной индустрии Иркутской области, ее текущему состоянию, экономическому потенциалу и факторам, влияющим на развитие. Рассматриваются ключевые направления креативной экономики, включая творческие кластеры, культурные события и образовательные инициативы, а также проблемы и барьеры, с которыми сталкивается сектор. Выявлены перспективы роста креативной индустрии и предложены рекомендации для активизации ее развития. В результате, креативная экономика демонстрирует значительный потенциал для увеличения валового регионального продукта и создания новых рабочих мест, что делает ее важным инструментом для диверсификации экономики Иркутской области и повышения качества жизни населения.

Ключевые слова: креативная индустрия, Иркутская область экономический потенциал, творческие кластеры, образование в искусстве.

I.M. Osipova,
K.A. Zakhlebnaia

CREATIVE INDUSTRY – DRIVER OF ECONOMIC GROWTH IN IRKUTSK REGION

Abstract. The article is dedicated to the analysis of the creative industry in the Irkutsk region, its current state, economic potential, and factors influencing development. Key areas of the creative economy are examined, including creative clusters, cultural events, and educational initiatives, as well as problems and barriers faced by the sector. The prospects for growth of the creative industry are identified, and recommendations for its activation are proposed. As a result, the creative economy demonstrates significant potential for increasing the gross regional product and creating new jobs, making it an important tool for diversifying the economy of the Irkutsk region and improving the quality of life of its population.

Keywords: creative industry, Irkutsk region, economic potential, creative clusters, education in the arts.

Введение

Креативная индустрия, охватывающая деятельность, связанную с искусством, дизайном, медиа и развлечениями, занимает все более важное место в экономике развитых стран. Эти сектора не только способствуют культурному обогащению общества, но и становятся значительным источником экономического роста и новых рабочих мест. В России, и в частности в Иркутской области, креативная экономика демонстрирует значительный потенциал для развития благодаря богатому культурному и природному наследию, а также активной инициативе со стороны местных творческих сообществ.

Тем не менее, Иркутская область сталкивается с вызовами, связанными с традиционными отраслями, такими как добыча полезных ископаемых, которые

продолжают оказывать давление на региональную экономику. По данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), в 2023 году население Иркутской области составляет около 2,4 миллиона человек. Для оптимизации экономического состояния региона становится необходимым активное развитие креативной индустрии, которая может служить катализатором для диверсификации экономики и повышения качества жизни населения.

Цель и задачи исследования

Цель исследования заключается в анализе текущего состояния креативной индустрии в Иркутской области и выявлении ее потенциала для экономического роста. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Изучить текущее состояние креативной индустрии в Иркутской области, включая творческие кластеры, культурные события и образовательные учреждения.
2. Оценить экономический потенциал креативного сектора и его вклад в валовый региональный продукт (ВРП).
3. Проанализировать факторы, влияющие на развитие креативной индустрии, включая инфраструктуру и государственную поддержку.
4. Выявить проблемы и барьеры, с которыми сталкивается креативный сектор в Иркутской области.
5. Разработать рекомендации по активизации креативной индустрии как драйвера экономического роста региона.

Методы исследования

В ходе исследования использовались следующие методологические приемы и инструменты:

- анализ статистических данных: Изучение отчетов Росстата и материалов управления экономического развития Иркутской области для сбора актуальной информации о состоянии креативной индустрии.
- контент-анализ: Анализ публикаций в СМИ и научных статьях, посвященных креативной экономике в регионе.

Полученные результаты

Анализ текущего состояния креативной индустрии. В таблице представлено текущее состояние ключевых направлений креативной индустрии в Иркутской области на конец 2023 года

Состояние креативной индустрии в Иркутской области на 2023 год

Направление	Показатели	Примечания
Творческие кластеры	Более 150 малых и средних предприятий	Включают культурный центр «Красный факел» и Иркутскую художественную галерею

Направление	Показатели	Примечания
Культурные события	Более 30 крупных мероприятий в год	Включает «Иркутский городской фестиваль», собирающий более 15 000 участников
Образование	6 высших учебных заведений, 20 колледжей и техникумов, более 50 школ искусств	В 2023 году выпущено около 700 специалистов в области искусства
Государственная инициатива	Создание пространств «Гений места» на базе библиотек	Пространства позволяют проводить мастер-классы и семинары работникам, способствуя обмену опытом.

Креативная индустрия в Иркутской области активно развивается благодаря разнообразию творческих кластеров, культурных событий и учебных заведений. Наличие малых и средних предприятий, крупных мероприятий, а также высших учебных заведений и колледжей создает основу для динамичной креативной экономики.

Инфраструктура способствует подготовке квалифицированных кадров, что повышает конкурентоспособность экономики. Государственная поддержка, включая инициативы, как «Гений места», усиливает обмен опытом и развитие новых идей.

Креативная индустрия региона имеет потенциал для роста и может способствовать укреплению культурного и экономического положения Иркутской области.

Экономический потенциал креативных индустрии

Креативные индустрии в Иркутской области имеют значительный экономический потенциал. По оценкам экспертов, креативный сектор способен увеличить валовый региональный продукт (ВРП) на 2–4 % в течение ближайших пяти лет. В 2022 году доля креативного сектора в ВРП Иркутской области составила около 10 %, что эквивалентно примерно 23,5 миллиарда рублей.

Создание рабочих мест: Согласно данным управления экономического развития Иркутской области, креативные индустрии обеспечивают больше 25 000 рабочих мест, что составляет 12 % от общего числа занятых в регионе. Ожидается, что с дальнейшим развитием сектора эта цифра вырастет на 15–20 % к 2028 году.

Инвестиции: В 2023 году общий объем инвестиций в креативные проекты в регионе составил около 150 миллионов рублей, что на 20 % больше по сравнению с предыдущим годом. Чаще всего средства направляются на поддержку стартапов в области медиа и дизайна.

Факторы, влияющие на развитие креативной индустрии в ИО:

1) состояние образовательной инфраструктуры. В 2022 году проведено более 30 семинаров и мастер-классов. Повышение квалификации более 1000 студентов и начинающих предпринимателей.

2) государственная поддержка. В 2022 году выделено 60 миллионов рублей на поддержку культурных и творческих инициатив.

3) финансирование различных проектов по развитию креативных кластеров и стартапов.

Инфраструктура. Открыто 5 новых коворкингов в Иркутске в 2023 году, улучшение условий для креативных профессионалов.

Проблемы и барьеры креативной индустрии в Иркутской области.

Недостаток финансирования. Существует необходимость в увеличении финансовых вложений в стартапы и проекты. Множество инициатив сталкиваются с трудностями при получении грантов и субсидий.

Нехватка информации. Многие творческие работники не осведомлены о доступных возможностях финансирования. Низкий уровень использования государственных грантов среди малых предприятий в сфере креативных услуг.

Конкуренция с традиционными отраслями. Креативный сектор сталкивается с конкурентным давлением со стороны устоявшихся отраслей, таких как добыча полезных ископаемых и сельское хозяйство.

Перспективы развития и рекомендации

Для активизации креативной индустрии в Иркутской области целесообразно разработать стратегический план развития сектора, который будет включать конкретные меры по поддержке стартапов и созданию креативных кластеров. Также важно рассмотреть возможность увеличения бюджета на поддержку креативных проектов, включая создание специальных фондов для финансирования культурных инициатив. Не менее значимым является развитие онлайн и оффлайн платформ для обмена опытом и сотрудничества между творческими работниками, бизнесом и образовательными учреждениями. Инициирование маркетинговых кампаний поможет повысить осведомленность о креативной индустрии и привлечь дополнительные инвестиции в регион, что создаст условия для устойчивого роста сектора.

Выводы

Креативная индустрия в Иркутской области занимает важное место в экономике региона и обладает значительным потенциалом для дальнейшего развития. На конец 2023 года сектор демонстрирует наличие разнообразных творческих кластеров, культурных мероприятий и учебных учреждений, создавая прочную основу для креативной экономики. Более 150 малых и средних предприятий, свыше 30 крупных культурных событий в год и развитая образовательная инфраструктура подтверждают это.

Экономический потенциал креативного сектора включает возможность увеличения валового регионального продукта на 2–4 % в ближайшие пять лет и создание новых рабочих мест. Приток инвестиций также свидетельствует о *growing interest* со стороны инвесторов, что способствует восстановлению экономики региона.

Однако креативный сектор сталкивается с серьезными вызовами, такими как недостаток финансирования, нехватка информации о доступных грантах и конкуренция с традиционными отраслями. Для активизации развития необхо-

димо разработать стратегический план, увеличить финансовую поддержку и создать платформы для сотрудничества.

Важными шагами также станут инициирование маркетинговых кампаний для повышения осведомленности о креативной индустрии и создание специализированных фондов для поддержки культурных инициатив. Эти меры помогут обеспечить устойчивый рост сектора и укрепление культурного и экономического положения Иркутской области, подчеркивая значимость креативной экономики для диверсификации региона и повышения качества жизни его населения.

Список использованной литературы

1. Дженсон К. Экономика и экономические агенты : пер. с англ. Трубачев В.А. / К. Дженсон. – Москва : Мир, 1989. – 300 с.
2. Регионы России: социально-экономические показатели в 2022 году // Вопросы экономики. – 2023. – № 1. – С. 10–17.
3. Федеральная служба государственной статистики. Основные итоги социально-экономического развития Иркутской области в 2022 году // Росстат. – 2023.
4. Министерство культуры Иркутской области. Программа развития креативной экономики в регионе: итоги и планы. – Иркутск, 2023.
5. Барабанов С.Ю. Творческие кластеры как фактор экономического роста / С.Ю. Барабанов // Экономика региона. – 2022. – Т. 18, № 3. – С. 102–110.
6. Иркутская область: культурное наследие и потенциал креативной экономики (2021) Концепция развития креативных индустрий Иркутской области https://irkobl.ru/index_contrast.php?type=special.

Информация об авторах

Осипова Ирина Михайловна – кандидат экономических наук, доцент, кафедры менеджмента, Иркутский национальный исследовательский технический университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: phenka@mail.ru.

Захлебная Кира Артемовна – студент института экономики управления и права, кафедры менеджмента, Иркутский национальный исследовательский технический университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: kiramalis05@gmail.com.

Authors

Irina M. Osipova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Management Department, Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: phenka@mail.ru.

Kira A. Zakhlebna – Student of the Institute of Economics, Management, and Law, Management Department, Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: kiramalis05@gmail.com.

**Н.Я. Параскевов,
М.Н. Степанова**

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Аннотация. Качество наравне с эффективностью является важнейшим оценочным показателем, используемым в сфере услуг. Вместе с тем, оценка качества услуги довольно сложный процесс, определяемый ее специфическими свойствами. В статье представлены особенности оценки качества услуг, процесс формирования критериев оценки качества и основные моменты управления им с учетом комплексного характера понятия «качество».

Ключевые слова: услуга, качество услуги, потребитель, управление качеством услуги.

**N.Ya. Paraskevov,
M.N. Stepanova**

ON THE ISSUE OF ASSESSING THE QUALITY OF SERVICES

Abstract. Quality, along with efficiency, is the most important evaluation indicator used in the service sector. At the same time, evaluating the quality of a service is a rather complex process, determined by its specific properties. The article presents the features of service quality assessment, the process of forming quality assessment criteria and the main points of its management, *taking into account the complex nature of the concept of «quality».*

Keywords: service, service quality, consumer, service quality management.

Введение

Сфера услуг является одной из наиболее динамичных и наиболее весомых сфер экономической деятельности как для России, так и для большинства стран мира [1]. По разработанной Всемирной торговой организацией классификации услуг, содержащейся в Генеральном соглашении о торговле услугами, в настоящее время насчитывается более 600 видов услуг. Сферу услуг отличает высокая степень индивидуализации, что подразумевает предоставление услуг тем потребителям, которые ощущают в них необходимость и будут принимать непосредственное участие в процессе предоставления услуги. Выполняя роль связующего звена между различными отраслями, субъектами и личностями, она подвергается изменениям, оказывающим значительное влияние на социально-экономическую жизнь общества [2, с. 72]. Услуга – важнейший вид экономической деятельности, оказывающий влияние на все стороны жизни общества [3]. В формулировке Д. Е. Давыдянц, «услуга – изменение состояния лица или товара, происходящие в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой» [3, с. 277]. В сфере услуг качество наравне с эффективностью является важнейшим оценочным показателем.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – выявить особенности управления качеством услуги. Для достижения данной цели потребовалось определить основные характеристики и свойства качества услуги, представить критерии оценки качества услуги и этапы управления им.

Методы исследования

Сбор и обобщение материала, анализ и синтез, критическая интерпретация материала.

Полученные результаты

Качество услуги – это «возможность заложенных в нее потребительных свойств удовлетворять потребности или ожидания потребителей на уровне не ниже, обеспечивающего безопасность потребления» [3, с. 280]. Качество услуги формируется благодаря сочетанию нескольких характеристик (табл. 1):

Таблица 1

Основные характеристики качества услуги

Характеристика	Описание
Надежность	Обеспечение стабильного и надежного выполнения обещанной услуги
Доверительность	Создание атмосферы доверия между поставщиком услуги и клиентом
Предупредительность	Проявление заботы и предвидение потребностей клиента до их запроса
Доступность	Легкость получения услуги, отсутствие барьеров для клиента
Внимательное отношение	Индивидуальный подход и внимание к деталям запросов клиента
Коммуникативность	Эффективное и ясное общение между поставщиком и клиентом

Составлена по данным: [4, с. 566].

Особенности оценки качества услуги определяются ее специфическими свойствами, которые отличают ее от физического товара:

- неовещественность;
- неотделимость от процесса производства;
- невозможность хранения и транспортировки;
- ярко выраженный индивидуальный характер;
- необходимость личного контакта потребителя с производителем [3, с. 278].

А. Ю. Курочкина выделяет два основных свойства услуги, которые определяют ее качественные характеристики:

- интегративность;
- нематериальность [5, с. 11].

Интегративность подразумевает активное участие потребителя в процессе оказания услуги, что делает ее невозможной без взаимодействия с клиентом. Ин-

тегративность также означает, что услуги не могут быть сохранены или отложены во времени – они потребляются в момент их предоставления.

Нематериальность услуг означает, что они не имеют физической формы, и их качество оценивается на основе впечатлений и эмоций потребителя. Это делает контроль качества сложной задачей, поскольку любые ошибки немедленно заметны клиенту.

Влияние данных характеристик на процессы обеспечения и оценки качества услуги представлены в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика влияния основных свойств услуги на процессы обеспечения и оценки ее качества

Свойство	Влияние на обеспечение качества	Влияние на оценку качества
Интегративность	<ul style="list-style-type: none"> • Сложности с планированием ресурсов, так как невозможно создать запас услуг. • Необходимость высокой потенциальной готовности к обслуживанию. • Повышенные требования к планированию и организации процессов для предотвращения ошибок. • Трудности с контролем качества, так как невозможно незаметно устранить ошибки. • Необходимость создания условий для доступности услуг и близости к потребителю. 	<ul style="list-style-type: none"> • Неопределенность в качестве процесса оказания услуги. • Влияние потребителя на процесс оказания услуги и на качество результата. • Трудности с объективной оценкой качества, так как оценка часто субъективна и зависит от восприятия потребителя. • Потребитель может не осознавать свою роль в обеспечении качества услуги.
Нематериальность	<ul style="list-style-type: none"> • Трудности с установлением целевых показателей и контролем качества, так как не всегда можно объективно измерить результат. • Сложности с презентацией услуг и созданием доверия у потребителя. 	<ul style="list-style-type: none"> • Трудности с восприятием качества услуги до ее получения, так как потребитель имеет дело с обещанием. • Неопределенность при покупке, высокая степень воспринимаемого риска. • Трудности с сравнением услуг разных исполнителей на рынке. • Цена часто выступает в качестве индикатора качества.

Составлена по данным: [5, с. 13–15].

Качество – динамическая категория. То, что сегодня соответствует требованиям рынка, завтра стареет и становится недостаточно качественным. Для определения качества необходимо:

- установить необходимые параметры услуги;
- определить реальные характеристики;

– сравнить реальные и нужные характеристики.

Эти три составляющие определения качества сами по себе составляют сложные самостоятельные задачи. Ошибочное решение каждой задачи приведет к ошибкам в определении качества услуг, что может быть связано с ошибочными решениями относительно их реализации и потребления.

При установлении потребностей различают установленные потребности (характерно для госзаказа) и ожидаемые потребности (характерно для рынка) [6].

Из особенностей потребностей вытекает необходимость, во-первых, постоянного, целенаправленного и квалифицированного их изучения, во-вторых, выделения двух групп потребностей – количественных и качественных, в-третьих, всегда четкого определения социального уровня потребностей.

Разнообразие объектов качества (продукт, процесс, система) и видов качества (производственное, потребительское и общественное (этическое)), которые представляют различные ее аспекты, приводит к разнородности характеристик качества и целесообразности их формирования в разрезе видов качества. Кроме того, требования к качеству является базой для формирования оценочных показателей, механизм интеграции которых наглядно представлен на рис. 1.



Рис. 1. Механизм формирования критериев оценки качества

Критерии оценки качества услуг в разрезе каждого из видов качества представлены в табл. 3.

Таблица 3

Основные критерии оценки качества услуги в зависимости от его типа

Тип качества	Критерий	Описание
Потребительское	Процессы	
	Скорость	Время, затрачиваемое на оказание услуги
	Удобство	Простота и легкость использования услуги
	Гибкость	Возможность адаптации услуги к индивидуальным потребностям клиента

Тип качества	Критерий	Описание
	Коммуникации	Четкость, доступность и оперативность информации о услуге
	Прозрачность	Открытость и честность в работе, доступность информации о ценах, условиях и т. д.
Потребительское	Система	
	Надежность	Способность услуги выполнять свои функции без сбоев и ошибок
	Отзывчивость	Готовность и скорость ответа на запросы клиентов, решение проблем
	Гарантированность	Обеспечение того, что услуга будет выполнена в соответствии с обещаниями и стандартами
	Продукт	
	Эмпирическое значение	Способность услуги соответствовать ожиданиям и потребностям клиентов
	Сочувствие	Готовность сотрудников оказывать поддержку и помощь клиентам в сложных ситуациях
	Удовлетворенность	Общее впечатление клиента от услуги
	Лояльность	Склонность клиента пользоваться услугой повторно
	Рекомендации	Готовность клиента рекомендовать услугу другим
Производственное	Процессы	
	Эффективность	Способность услуги максимально эффективно использовать ресурсы
	Инновационность	Способность услуги постоянно совершенствоваться и предлагать новые решения
	Система	
	Безопасность	Защита клиента от рисков и угроз
	Экологичность	Соответствие услуги экологическим стандартам
	Продукт	
	Прибыльность	Способность услуги приносить прибыль
Конкурентоспособность	Способность услуги конкурировать с аналогичными предложениями	
Этическое	Процессы	
	Социальная ответственность	Влияние услуги на общество
	Система	
	Прозрачность	Честность в работе, доступность информации о деятельности организации
	Предприятие	
	Имидж	Восприятие качества услуги со стороны общества
Репутация	Общая оценка деятельности организации	

Составлена по данным: [3, с. 280–281; 7, с. 346–347; 8].

При этом разные авторы акцентируют внимание на различных критериях оценки качества услуг. В частности, С.Д. Кротов среди основных критериев выделяет степень удовлетворенности потребителей, соответствие потребностям, ожиданиям и предпочтениям потребителей, эффекты от самого процесса предоставления услуги, т. е. процесс оказания услуги должен быть приятным и удовлетворяющим для клиента [7, с. 346–347]. Д.Е. Давыдянц и другие отмечают, что основной критерий качества услуги – безопасность как критерий оценки соответствия услуги определенному уровню защищенности [3, с. 280–281].

Качество услуг – комплексное интегрирующее понятие всех сторон продуктивной сервисной деятельности, направленной на удовлетворение многообразных потребностей общества и каждого человека. Следует отметить, что многомерность понятия качества услуг из-за разнообразия видов услуг определяет сложность стандартизации процесса оказания услуг.

На формирование качества услуг влияют внешние (государственная политика, структура отрасли, научно-технический прогресс в сфере обслуживания, территориальное распределение предприятий) и внутренние факторы (кадровая политика, персонал, комплексное материально-техническое оснащение предприятий сервиса) [9, с. 143]. При этом качество услуг имеет свои особенности формирования:

- потребление услуг обычно совпадает с их производством;
- оценка качества услуг возможна только в процессе их предоставления и получения, т. е. клиент оценивает качество услуги непосредственно в момент ее использования;
- услуги не подлежат сохранению или накоплению, они не могут быть «запасены» на будущее, как товары;
- предоставляя услуги, исполнитель вступает в непосредственный контакт с потребителем, будь то консультации, лечебные процедуры или образовательные услуги;
- в отличие от товаров, которые «уходят» к покупателю, в сфере услуг потребитель «идет» к месту их предоставления, что делает услуги непереносимыми.
- спрос на услуги может колебаться в зависимости от времени года, социально-политической ситуации и других внешних факторов, влияющих на потребительское поведение и предпочтения.

Управление качеством обеспечивает заранее определенное качество продукции и услуги. Общая схема управления качеством услуг может быть представлена в следующем виде (рис. 2).

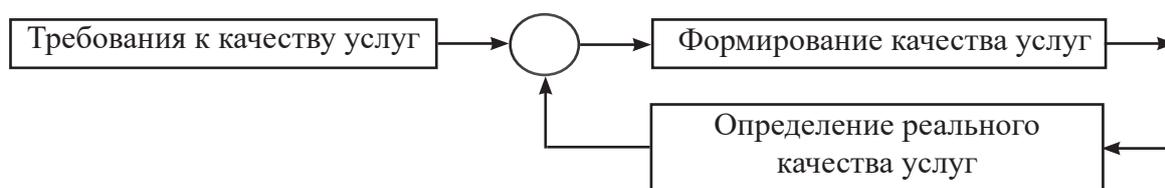


Рис. 2. Общая схема управления качеством услуг

Таким образом, процесс управления качеством услуг включает несколько блоков:

– требования к качеству услуг – этот блок отражает начальный этап управления качеством, где определяются стандарты и требования к качеству услуг, которые должны быть выполнены (ожидания клиентов, нормативные стандарты и внутренние цели компании и т. п.);

– формирование качества услуг – на этом этапе выбираются и реализуются методы и процессы, обеспечивающие соответствие услуг установленным требованиям качества, он включает в себя все аспекты предоставления услуг, от планирования и производства до исполнения и обслуживания;

– определение реального качества услуг – данный блок включает мониторинг и оценку фактического качества предоставляемых услуг и предполагает выявление разницы между требованиями и реальным качеством услуг. Управление качеством будет эффективным, когда эта разница будет обнаружена быстро, и, соответственно, быстро будет меняться реальная качество.

В процессе управления качеством услуг обычно оцениваются такие качества, как уместность, выполнимость и способность к устойчивости какой-либо услуги [7, с. 347].

Особое внимание в управлении качеством услуг уделяется повышению производительности труда, что напрямую влияет на качество предоставляемых услуг. Планы, разрабатываемые и реализуемые организациями, должны включать меры по контролю затрат и их оптимизации, а также по целенаправленному регулированию уровня качества предлагаемых услуг [3, с. 280–281].

Для оценки качества услуг применяются статистические методы, позволяющие устанавливать зависимости между затратами на качество и различными показателями деятельности организации. Эти показатели помогают оценить, как факторы и условия бизнес-процессов влияют на качество услуг. Организационные взаимодействия и составляющие элементы бизнес-процессов формируют основу для определения качества, а совокупность показателей качества помогает выявить эффективные пути его повышения.

Выводы

Качество услуг представляет собой многоаспектное понятие, что делает попытки дать ему универсальное определение особенно сложными. В общем виде качеством услуг можно назвать степень соответствия полезных свойств услуги и эффектов от ее реализации потребностям, ожиданиям и предпочтениям потребителей. При этом основными свойствами услуги, определяющее ее качество являются интегративность и нематериальность. Комплексный характер качества услуги охватывает разнообразные параметры: от потребительских характеристик и их соответствия стандартам до общественных (этических) характеристик. Каждый из этих аспектов влияет на общее восприятие качества, делая его субъективно оцениваемым и зависимым от контекста, в котором услуга используется.

Список используемой литературы

1. Волосков А.Б. Место и роль сферы услуг в достижении национальных целей развития Российской Федерации / А.Б. Волосков // Мир экономики и управления. – 2022. – Т. 20, № 4. – С. 78–98.
2. Щепакин М.Б. Сфера услуг как экономическая категория и вид экономической деятельности / М.Б. Щепакин, В.М. Михайлова // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10, № 1. – С. 71–88.
3. Давыдянец Д.Е. К определению понятий «услуга» и «качество услуги» / Д.Е. Давыдянец, Е.А. Остапенко, Т.В. Скребцова // Kant. – 2019. – № 1 (30). – С. 276–281.
4. Богатырева О.О. Теоретические особенности понятия и методики оценки качества услуг / О.О. Богатырева // Форум молодых ученых. – 2018. – № 5–1 (21). – С. 565–368.
5. Курочкина А.Ю. Управление качеством услуг : учебник / А.Ю. Курочкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. – 172 с.
6. Гончаров В.Н. Теоретические подходы к определению понятия «качество» / В.Н. Гончаров, В.В. Колесникова И.В. Ширяева // Экономинфо. – 2015. – № 5 (23).
7. Кротов С.Д. Понятие качества и эффективности в сфере услуг для дальнейшей оценки и анализа / С.Д. Кротов // Социальные и экономические системы. – 2022. – № 5 (29). – С. 344–351.
8. Ситдикова Л. Б. Критерии оценки качества в сфере оказания услуг / Л.Б. Ситдикова // Вестник МГПУ. Сер.: Юридические науки. Электронная библиотека «КиберЛенинка». – Москва, 2024. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-otsenki-kachestva-v-sfere-okazaniya-uslug> (дата обращения: 11.06.2024).
9. Фомин П.В. Факторы, влияющие на качество обслуживания клиентов на предприятиях сервиса / П.В. Фомин, Т.В. Кузьминова // Инновационная траектория развития современной науки: становление, развитие, прогнозы : сб. ст. 6-й междунар. науч.-практ. конф. (г. Петрозаводск, 17 июня 2021 г.). – Петрозаводск : Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2021. – С. 142–148.

Информация об авторах

Параскевов Никос Янисович – магистрант, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: nikospak73@gmail.com.

Степанова Марина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: StepanovaMN@bgu.ru.

Authors

Nikos Ja. Paraskevov – Master's student of the department of finance and financial institutions, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: nikospak73@gmail.com.

Marina N. Stepanova – candidate of economics, associate professor, associate professor of the department of finance and financial institutions, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: StepanovaMN@bgu.ru.

**Е.М. Погодаева,
Н.Ю. Копылова,
О.Б. Ямбаева**

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Аннотация. Выявлена особая роль и значение малого предпринимательства в современной экономике на региональном уровне. Рассмотрены критерии отнесения предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства. Определено, что правильный выбор субъектов малого предпринимательства является залогом успешного экономического развития региона и повышения его конкурентоспособности. Проведен анализ особенностей развития малого предпринимательства учитывая региональный рынок сбыта.

Ключевые слова: малое предпринимательство, регион, развитие, развитие малого предпринимательства, конкуренция, государственная поддержка.

**E.M. Pogodaeva,
N.Y. Kopylova,
O.B. Yambaeva**

SMALL ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY AT THE PRESENT STAGE

Abstract. Small business plays an important role in the modern economy, contributing to job creation, innovation and competition. It helps to solve social problems and improve the standard of living of the population. However, small businesses face a number of difficulties, including lack of funding, high taxes and administrative barriers. For the successful development of small businesses, it is necessary to improve the conditions for entrepreneurship, reduce the tax burden and simplify registration and reporting procedures.

Keywords: small business, criteria for choosing a small business, small business development.

Введение

Малое предпринимательство играет важную роль в экономике любой страны, обеспечивая рабочие места, стимулируя конкуренцию и способствуя развитию инновационных решений. Необходимо отметить, что малое предпринимательство является одним из главных источников налоговых поступлений в бюджет. Несмотря на относительно небольшой размер каждого отдельного предприятия, совокупный вклад малых компаний в налоговые сборы весьма значителен. Это связано с тем, что малые предприятия многочисленны и разнообразны по своей структуре, охватывая широкий спектр отраслей – от торговли до услуг и производства. Благодаря этому они формируют значительную часть налоговой базы государства, поддерживая стабильность бюджета и финансируя социальные программы. Таким образом, малое предпринимательство можно считать основ-

ным источником налоговых доходов, который способствует экономическому росту и благосостоянию общества.

Цель и задачи исследования

Цель исследования: рассмотреть и изучить малое предпринимательство как фактор развития экономики региона на современном этапе.

Задачи исследования:

1. Дать определение малого бизнеса и выявить критерии отнесения к малому предприятию.
2. Рассмотреть какую роль играет малый бизнес в современной экономике.
3. Проанализировать развитие малого предпринимательства в экономике региона Иркутской области.
4. Изучить проблемы развития малого бизнеса в России и выявить пути их решения.

Методы исследования

В работе использовались методы структурного анализа, метод динамического анализа, табличный метод, сравнительный анализ, метод группировки, факторный анализ и другие.

Полученные результаты

Современная экономическая стратегия фокусируется на развитие малого и среднего предпринимательства, что обуславливает повышенный интерес к этой теме среди специалистов в области экономики и государственного управления. Однако, несмотря на увеличение количества работ, посвящённых практическим и теоретическим аспектам этого вопроса, дискуссия о сущности малого и среднего предпринимательства остаётся актуальной, что затрудняет проведение исследований и формирование государственной политики поддержки и развития малого и среднего предпринимательства [7, с. 228].

По мнению Черниковой А.Е. «Значительный вклад в исследование данного понятия внесли такие ученые как Бабаева Л.В., Ветрова Н.М., Алисов А.Н., Алексеева С.С., Егорова И.В., Раку Ю.И. и многие другие ученые. Абчук В.А., Бабаева Л.В. рассматривают малое предпринимательство как «предприятие любой формы собственности и организационно-правовой формы, где среднее количество работников изменяется в зависимости от отрасли». При этом критерий отнесения предприятий к субъектам малого предпринимательства является количество персонала, работающего на предприятии» [6, с. 283].

В настоящее время, в соответствии с федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1], являющимся основным в рамках рассматриваемой темы, субъектами малого и среднего предпринимательства считаются: средние, малые и микропредприятия.

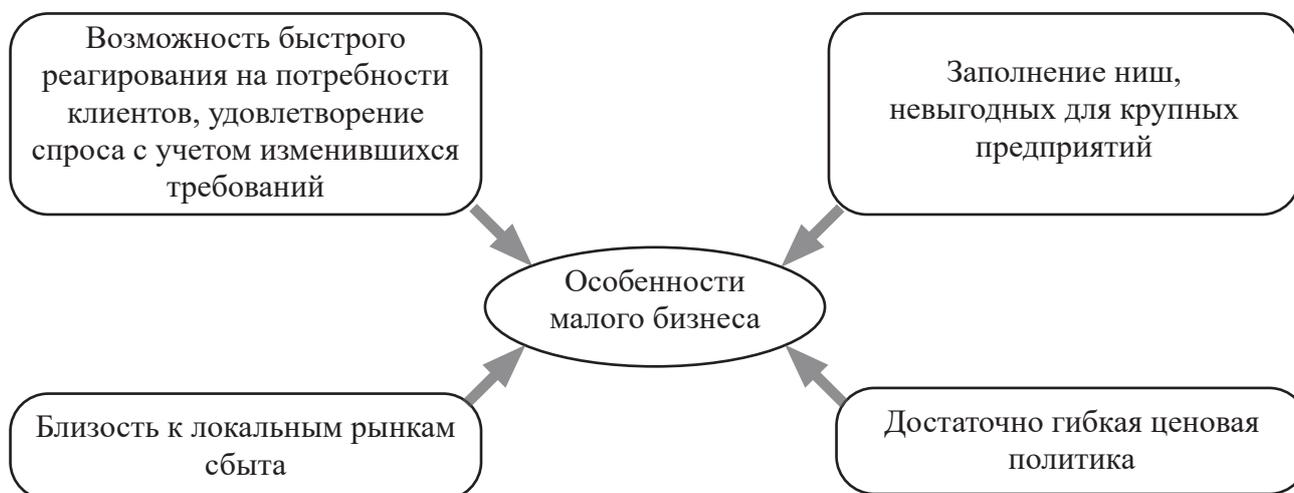
Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства должны учитывать не только количественные показатели, такие как объем выручки или численность сотрудников, но и качественные аспекты, включая потенциал роста, социальную значимость и способность адаптироваться к изменениям внешней среды. Следовательно, развитие малого предпринимательства является залогом успешного экономического развития экономики региона и повышения его конкурентоспособности. Рассмотрим в табл. 1 критерии отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства.

Критерии выбора субъектов малого и среднего предпринимательства

Наименование субъектов	Микро предприятия	Малое предприятие	Среднее предприятие
Доход за календарный год	120 млн руб.	800 млн руб.	2 млрд руб.
Численность работников	не более 15 человек	не более 100 человек	не более 250 человек

Так, основные критерии отнесения к малому предпринимательству – это численность работников и доход за календарный год. Количество сотрудников должно быть не меньше 100, доход – не меньше 800 миллионов рублей, а доля участия других компаний или частных лиц – не менее 51 %. При этом доля государства, регионов или некоммерческих организаций не должна превышать 25 %.

Первоначально действовавший Федеральный закон РФ от 14.06.1995 г. № 88 ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» закон не соответствовал необходимым мерам по регулированию деловых отношений, поскольку правовая база не обеспечивала надлежащего контроля, для создания современных законов для всего общества в целом [2]. Рассмотрим особенности малого бизнеса на рисунке.



Особенности малого бизнеса [3, с. 778]

Согласно рисунку малый бизнес отличается рядом особенностей, включая ограниченный масштаб производства, умеренную величину операционных затрат и невысокие производственные издержки, что позволяет ему быстро приспосабливаться к колебаниям рыночного спроса. Эти предприятия часто действуют на локальных рынках и могут быть представлены в виде небольших магазинов, производственных мастерских, частных медицинских учреждений, туристических фирм и других подобных организаций.

Несмотря на свою значимость, малое предпринимательство сталкивается с множеством трудностей, которые существенно затрудняют их развитие и выживание на рынке. Среди основных проблем можно выделить: низкий уровень социальной ответственности малого предпринимательства; неравномерное распределение предприятий малого предпринимательства по различным отраслям экономики; недостаточная эффективность механизмов взаимодействия в рамках деловой сферы. Рассмотрим методы решения проблем развития малого предпринимательства в России:

1. Повышение уровня социальной ответственности: разработка и реализация образовательных программ и консультационных мероприятий для предпринимателей, акцентирующих внимание на значимости корпоративной социальной ответственности (КСО); стимулирование участия малого бизнеса в социальных инициативах посредством предоставления налоговых льгот и грантов; продвижение успешных кейсов (КСО) среди малых предприятий для укрепления позитивного образа и мотивации.

2. Выравнивание распределения предприятий по отраслям: анализ текущих нужд разных экономических секторов и выявление приоритетных областей для развития малого бизнеса; обеспечение субсидий и льгот для запуска предприятий в недостаточно развитых секторах; поддержка стартапов и инновационных проектов в перспективных направлениях.

3. Улучшение механизмов взаимодействия в деловой среде: организация регулярных встреч и конференций для обмена знаниями и опытом между предпринимателями; оптимизация государственной системы регулирования и контроля над выполнением соглашений между участниками рынка.

Выводы

Развитие малого предпринимательства создает благоприятные условия для экономики, является ее неотъемлемой частью, фундаментальной составляющей ее функционирования, мощным рычагом для решения комплекса экономических, социальных и политических проблем. Предприятия малых форм собственности – база рыночных отношений, способная быстро реагировать на любые изменения экономических условий в стране, учитывают индивидуальные особенности потребителей, способны подстраиваться под их вкусы и предпочтения, являясь в большинстве своем специализированными.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ «Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая» // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142 (дата обращения: 24.04.2024).
2. Федеральный закон от 14.06.1995 г. № 88 ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.
3. Абузярова М.И. Теоретические подходы к управлению малым бизнесом / М.И. Абузярова // Экономика и предпринимательство, 2018. – № 6 (95). – С. 777–779.
4. Роль малого бизнеса в экономике // synergy.ru: [сайт]. – URL: https://synergy.ru/bs/journal/biznes/predprinimatelstvo/rol_malogo_biznesa_v_ekonomike?ysclid=lvvunhtx8r501022728 (дата обращения: 07.05.2024).
5. Сараев А.А. Кредитование малого и среднего бизнеса: надежда на государство/ А.А. Сараев // Банковское дело. – 2013. – № 12. – С. 20–27.
6. Черникова А.Е. Понятие «малое и среднее предпринимательство» и их критерии / А.Е. Черникова // За нами будущее: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества. – 2020. – С. 283–285.
7. Юрастова П.С. Теоретические подходы к понятию малого и среднего предпринимательства / П.С. Юрастова // Аллея науки. – 2020. – Т. 1, № 10 (49). – С. 228–234.

Информация об авторах

Погодаева Екатерина Михайловна – студент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: kate.pogodayeva.01@mail.ru.

Копылова Наталия Юрьевна – старший преподаватель, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: rauanata@mail.ru.

Ямбаева Оксана Бакасовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: yambaeva.oksana@mail.ru.

Authors

Ekaterina M. Pogodaeva – Bachelor's degree, Department of Economics of Enterprises and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: kate.pogodayeva.01@mail.ru.

Natalia Yu. Kopylova – senior lecturer, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurial Activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: payanata@mail.ru.

Oksana B. Yambaeva – Candidate of Economic Sciences, associate professor, Department of Economics of Enterprises and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: yambaeva.oksana@mail.ru.

УЧЕТ ОСОБЕННОСТЕЙ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ

Аннотация. В работе обосновывается необходимость учета отраслевых особенностей нефтегазового комплекса при проведении анализа финансовой устойчивости компаний. Приводится пример сравнительного анализа по коэффициенту автономии, как одного из показателей финансовой устойчивости по данным отчетности вертикально-интегрированной компании и ее дочерних организаций, а также независимой нефтегазовой компании. На основе проведенного анализа выявлены особенности определения показателей финансовой устойчивости нефтегазовых компаний, различных видов деятельности, масштабу и уровню зависимости, что необходимо учитывать при определении рекомендуемых значений показателей для оценки их финансовой устойчивости.

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс, финансовая устойчивость, коэффициент автономии, сравнительный анализ.

Е.А. Savvateeva

TAKING INTO ACCOUNT THE FEATURES OF THE OIL AND GAS COMPLEX WHEN ASSESSING THE FINANCIAL STABILITY OF A COMPANY

Abstract. The paper substantiates the need to take into account industry-specific features of the oil and gas complex when analyzing the financial stability of companies. An example of a comparative analysis of the autonomy coefficient is given, as one of the indicators of financial stability according to the reporting data of a vertically integrated company and its subsidiaries, as well as an independent oil and gas company. Based on the analysis, the features of determining the financial stability indicators of oil and gas companies, various types of activities, scale and level of dependence are identified, which must be taken into account when determining the recommended values of indicators for assessing their financial stability.

Keywords: oil and gas complex, financial stability, autonomy ratio, comparative analysis.

Введение

Нефтегазовые компании на протяжении многих десятилетий являются основой экономического развития России, именно поэтому важно учитывать их финансовое состояние. Важно, чтобы у предприятия было стабильное финансовое состояние для дальнейшего его развития и устойчивого положения на рынке. В настоящее время проблема финансовой устойчивости является довольно-таки актуальной с учетом постоянно меняющейся внешней среды, в связи с ограничениями, наложенными на нашу страну в виде санкций.

По мнению И.И. Глотовой «финансовая устойчивость – ключевая характеристика компании, которая как описывает его текущее финансовое состояние, так и позволяет сделать выводы о дальнейших перспективах деятельности» [1].

Финансово-устойчивые компании могут поддерживать свою деятельность в долгосрочной перспективе как за счет собственных, так и заемных средств.

В своей статье С.В. Земляк рассматривает финансовую устойчивость как «способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его платежеспособность и инвестиционную привлекательность в долгосрочной перспективе в границах допустимого уровня риска» [2].

Нефтегазовая отрасль сама по себе имеет ряд особенностей, которые в свою очередь следует учитывать при оценке финансовой устойчивости компаний данного сектора: предприятия в зависимости от размеров и выбранных стратегий развития по-разному реагируют на вызовы и получают различные результаты. Вертикально интегрированным компаниям часто не хватает гибкости в силу сложной бюрократической структуры управления и крупных масштабов производства [3]. Показатели деятельности независимых компаний зачастую гораздо выше, чем у вертикально-интегрированных компаний, за счет того, что они более гибкие и более приспособляемые.

Цель и задачи исследования

Выявить особенности оценки финансовой устойчивости компании нефтегазового комплекса с учетом вида деятельности организационной формы для проведения комплексной оценки.

Методы исследования

В рамках проведенного исследования использовались методы горизонтального, коэффицентного и сравнительного анализа на базе финансовой отчетности компаний нефтегазового комплекса и среднеотраслевых данных.

Полученные результаты

Финансовая устойчивость компании оценивается с помощью определенных показателей, которые в свою очередь образуют систему. Данные показатели позволяют вовремя оценить финансовую устойчивость компании и предпринять меры по устранению возникающих проблем, что, несомненно, сейчас очень важно в условиях нестабильной внешней среды.

Наиболее распространенными при оценке финансовой эффективности являются показатели ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности и деловой активности.

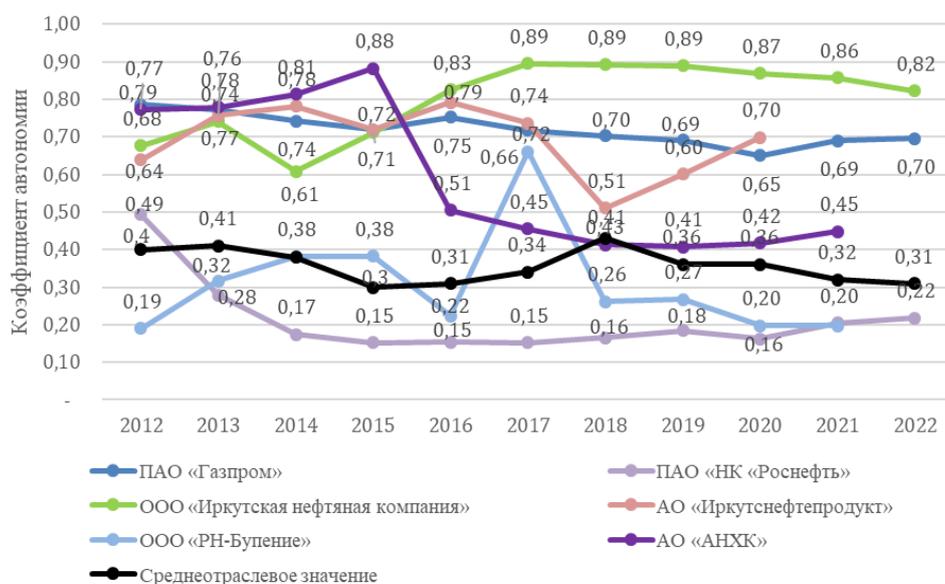
Основная особенность нефтегазового комплекса заключается в деятельности на разных этапах движения нефти и газа от недр до конечного потребителя. Так выделяются отрасли: upstream (геологоразведка, бурение, добыча нефти и газа), midstream (транспортировка, хранение нефти и газа) и downstream (переработка нефти и газа, сбыт продукции)

Особенности каждой из отраслей следует учитывать при анализе финансовой устойчивости и использовать только те показатели, которые наиболее подходят для оценки. Несомненно, что большинство показателей не имеют отраслевой

специфике в расчете, но для оценки полученного результата необходимо учитывать специфику предприятия.

Для каждой группы показателей финансовой устойчивости, как правило, указываются минимальные значения, которые являются вполне нормальными для любой компании, которые в свою очередь должны учитывать особенности отрасли, региона и направления деятельности, по форме организации производства. В работе Патласова О.Ю. говорится, что «коэффициенты ликвидности и платежеспособности, а также группа финансовой устойчивости могут нормироваться не только на уровне отдельного хозяйствующего субъекта, но и на макроуровне с учетом отраслевой специфики, размера бизнеса, жизненного цикла компании» [4. Downloads/model-otsenki-finansovogo-polozheniya-kompaniy-neftegazovoy-otrasli.pdf].

Коэффициент автономии характеризует независимость предприятия от заемных средств и показывает долю собственных средств в общей стоимости всех средств предприятия. Согласно теории финансовой устойчивости, нижней границей автономии является половина всех источников. Конечно, чем выше значение данного коэффициента, тем предприятие более финансово устойчиво и независимо от внешних кредиторов. Учитывая, что уровень капиталоемкости для различных видов деятельности предприятий нефтегазового комплекса (нефтедобыча, нефтепереработка), существенно различается, предприятия чаще привлекают заемные средства для своей деятельности, что приводит к снижению коэффициента автономии даже ниже рекомендуемого значения. Это можно увидеть на рисунке. По данным годовой бухгалтерской отчетности рассчитаны коэффициенты автономии компаний ПАО «Газпром» и ПАО «НК «Роснефть», как вертикально-интегрированных компаний, в сравнении с независимой компанией ООО «ИНК», для сравнения приведены среднеотраслевые значения [5. Downloads/elibrary_43925285_35110299.pdf].



Сравнительный анализ динамики коэффициента автономии российских нефтегазовых компаний в период с 2012–2022 гг. (Рассчитано и составлено автором по данным источников [5])

Разброс достаточно широк: начиная с 2014 года коэффициент автономии ПАО «НК «Роснефть» находился в диапазоне 0,17–0,22, что намного ниже среднеотраслевого (0,3–0,41), а у ПАО «Газпром» – за анализируемый период значение коэффициента автономии в диапазоне 0,65–0,79, что гораздо выше среднеотраслевого значения, т.к. в структуре пассивов данных компаний преобладает собственный капитал. Самые высокие значения коэффициента автономии наблюдаются у независимой компании ООО «ИНК». На этом же рисунке приведены значения данного коэффициента и по дочерним предприятиям ПАО «НК «Роснефть», относящимся к разным отраслям нефтегазового комплекса. Рассматривая дочерние компании в составе вертикально-интегрированных (ВИНК), также наблюдается большой разброс в значениях данного показателя. Так, например, если же взять компанию, занимающуюся транспортировкой, хранением и торговлей нефтепродуктов АО «Иркутскнефтепродукт», то можно сказать, что показатель автономии данной компании в 1,6 раза выше среднеотраслевого значения. Чего не скажешь о компании занимающейся бурением скважин АО «РН-Бурение», но это обусловлено деятельностью компании. Проанализировав данный показатель нефтеперерабатывающего завода АО «АНХК», можно также сделать вывод, что максимальное значение за рассматриваемый период превышает рекомендуемую нижнюю границу в 1,8 раза.

Исходя из вышеперечисленного можно сделать вывод, что рекомендуемая нижняя граница показателя намного отличается от фактических показателей по нефтегазовым компаниям, фактическое значение показателей у вертикально-интегрированных компаний и их дочерних организаций, а также крупных независимых компаний зависит от рода их деятельности. Так же можно отметить, что среднеотраслевые показатели отстают от рекомендуемой нижней границы показателя.

В наших исследованиях также проведен анализ ликвидности и платежеспособности обозначенных выше предприятий. Сравнительный анализ проведен с помощью коэффициентов абсолютной, промежуточной и текущей ликвидности, коэффициентов маневренности и т.д. Выводы по результатам сравнительного анализа по этим коэффициентам примерно аналогичны, что и по коэффициенту автономии. В связи с чем, мы рассматриваем возможность дальнейшего исследования по данной проблеме для совершенствования комплексной оценки финансового состояния нефтегазовых компаний. Основная задача, которого – определить рекомендуемые значения коэффициентов финансовой устойчивости с учетом видов деятельности (upstream, midstream, downstream), а также формы организации и уровня самостоятельности.

Выводы

Таким образом, показатели финансовой устойчивости разных российских компаний неоднородны. В зависимости от отрасли и рода деятельности, а также уровня самостоятельности компаний значение показателей может быть выше или

ниже рекомендуемого и это следует учитывать при оценке финансовой устойчивости нефтегазовых компаний.

Список использованной литературы

1. Глотова И.И. Интегральные методы анализа финансовой устойчивости компании нефтегазового комплекса / И.И. Глотова, Е.П. Томилина, И.П. Кузьменко // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. – Т. 2, № 10 (106). – С. 70–76. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44363198>.

2. Земляк С.В. Исследование финансовой устойчивости нефтегазовых компаний России методом кластеризации / С.В. Земляк, К.А. Бурыкина // научный журнал «Управленческий учет». – 2022. – № 6. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_49171683_75557839.pdf.

3. Богомоллова Е.Ю. Сравнительный анализ финансовой устойчивости в условиях пандемии: ООО «ИНК» на фоне вертикально-интегрированных компаний / Е.Ю. Богомоллова, А.В. Назимова, Т.С. Герасимова. – DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(2).23. – EDN CNZQLZ // Baikal Research Journal. – 2022. – Т. 13, № 2.

4. Патласов О.Ю. Модель оценки финансового положения компаний нефтегазовой отрасли / О.Ю. Патласов, О.Г. Конюкова // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2023. – 16 (3). – С. 391–404. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50474981>.

5. Финансовые показатели. – URL: <https://www.testfirm.ru/otrasli/06>.

Информация об авторе

Савватеева Екатерина Александровна – магистрант, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: savvateeva_01@bk.ru.

Author

Ekaterina A. Savvateeva – Master's Degree Student, Department of Sectoral Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: savvateeva_01@bk.ru.

**А.В. Самаруха,
В.И. Самаруха,
Авирмэд Даваасурэн**

МАЛОЕ ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕГИОНАХ

Аннотация. Рассмотрены аспекты идентификации субъектов малого промышленного предпринимательства и применения программ их государственной поддержки. Определена роль малых форм промышленного предпринимательства в реализации стратегических целей страны и регионов. Дана оценка перспектив развития технологического бизнеса в условиях цифровизации. Предложены рекомендации по усилению конкурентоспособности региональных малых промышленных предприятий России на внутренних и международных рынках технологической продукции.

Ключевые слова: малое промышленное предпринимательство, стратегия, регион, технологический бизнес, цифровизация, конкуренция, рынок технологической продукции.

**A.V. Samarukha,
V.I. Samarukha,
Avirmad Davaasuren**

SMALL INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE REGIONS

Abstract. Aspects of identification of small industrial enterprises and application of programs of their state support are considered. The role of small forms of industrial entrepreneurship in the implementation of the strategic goals of the country and regions has been determined. Recommendations were proposed to strengthen the competitiveness of regional industrial enterprises of Russia in the domestic and international markets of technological products.

Keywords: small industrial entrepreneurship, technology business, region, strategy, competition, market of technological products.

Введение

В настоящее время деятельность малых предприятий связана с множеством проблем. Кроме, ставших уже привычными: санкциями общеэкономического характера [1] и технологического эмбарго, выступают на первый план экономические кризисные явления, связанные с кадровым голодом и высокой инфляцией, соответственно высокими ставками по кредитам и несоразмерной потребительским возможностям стоимостью сырьевых ресурсов.

Цель и задачи научного исследования

Настоящее исследование направлено на методологические аспекты развития малого предпринимательства и, в частности, малого промышленного предпринимательства. И скорее касается общей философии экономических учений с

целью зарождения у подрастающих поколений, у студентов, магистрантов и аспирантов интереса, как к экономике малого предпринимательства в сфере обеспечения промышленными товарами массового потребления внутренних рынков экономики страны и регионов, так и в целом к социально-экономическому развитию.

Методология исследования

В научном исследовании применены систематизация и обобщение, дедукция и экстраполяция, оценочные суждения экспертных сообществ, формулирование проблемных вопросов и произведение выводов.

Результаты исследования

В Российской Федерации малыми предприятиями являются экономические формальные объединения (фирмы и индивидуальные предприниматели без образования юридического лица) с численность персонала до 15 сотрудников, включительно, и объёмом годовой выручки до 200 млн р. – микропредприятия, а также организации с численностью сотрудников от 16 до 100 человек и с доходом, который не превышает 800 млн р. в год.

К организациям малых форм, как правило, на практике, относятся мини-магазины, сервисные фирмы, предоставляющие различные услуги, ремонтные мастерские, кафетерии, бьюти-салоны, небольшие по размерам производственные технологические предприятия и другие.

По некоторым видам малых промышленных предприятий, в зависимости от рода деятельности и стратегических ориентиров в поведении на потребительском рынке, выделяют, так называемые коммунанты, которые производят отдельные детали и узлы, осуществляют промежуточную – неконечную сборку агрегатов. Также выделяют пациенты, которые специализируются на выпуске готовой – конечной, полностью собранной технологической продукции, которую предприниматели ориентируют местное же сырьё, энергию и материалы, а также на местные рынки сбыта, обладающие ограничениями потребительского спроса. Ещё развиваются малые организации – эксплеренты, которые разрабатывают научные исследования и опытно-конструкторские работы, а, главное, стараются внедрить инновации в коммерческую сферу, через выпуск опытных партий готовой промышленной продукции.

Существуют, соответственно, и смешанные виды – многопрофильные малые промышленные предприятия, к которым относятся, в том числе и микропредприятия промышленных направлений деятельности, в зависимости от направлений производства, по которым доля конкретного направления является наиболее весомой по объёму годового оборота или объёму годовой прибыли.

С целью понимания экономической политики государства по данному направлению экономического развития, важно понимать управляющие развитием страны – стратегические, то есть долгосрочные, цели и задачи.

В настоящее время в России и её регионах реализуются, поставленные более 5 лет назад, стратегические задачи опережающего и прорывного технологи-

ческого развития экономики и социальной сферы. Вплоть до вхождения экономики нашей страны в пятерку самых больших и развитых экономик мира.

На достижение высоких целей ориентируют как общероссийские стратегические документы и соответствующие им национальные проекты, так и региональные программы развития.

Главным является – майский указ Президента России от 07.05.2018 г. о национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г. и соответствующие указу национальные проекты (рис. 1).

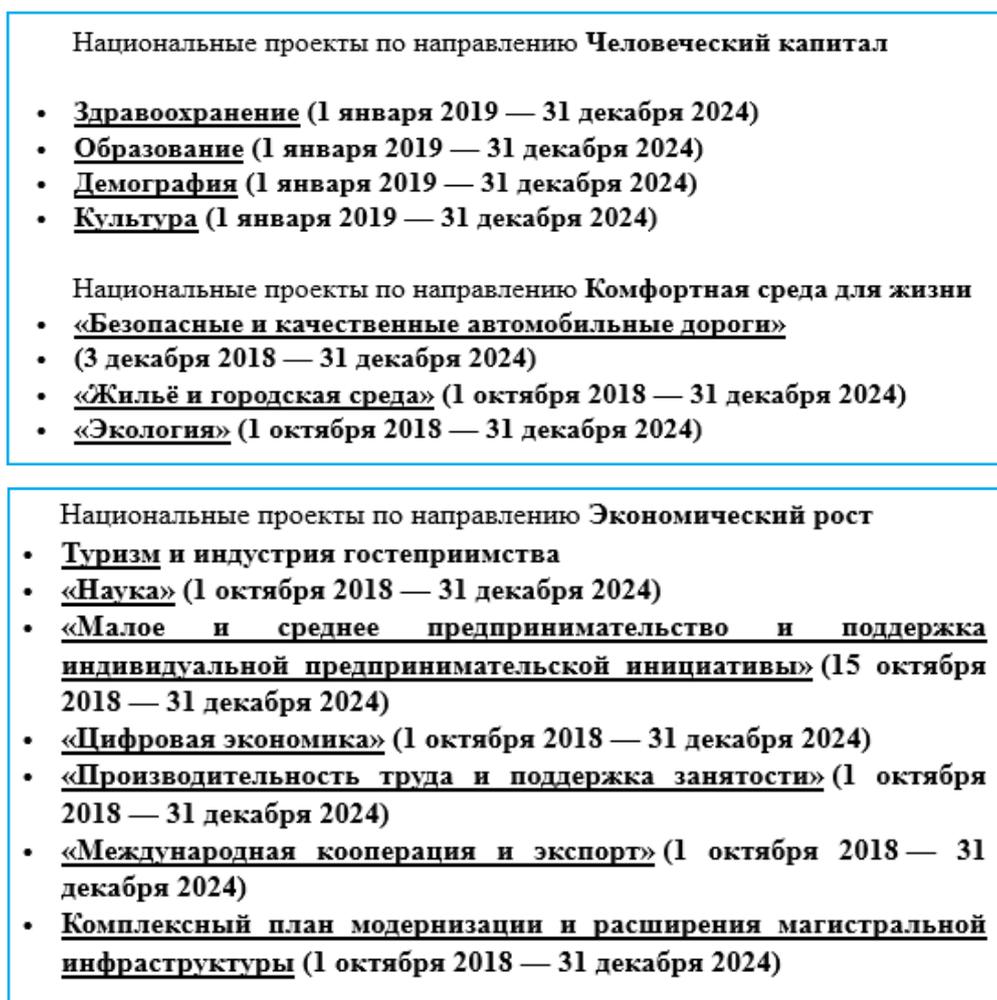


Рис. 1. Перечень национальных проектов 2018–2024 гг. [2]

В этих задачах отдельное внимание было уделено развитию малого и среднего предпринимательства и поддержке индивидуальной предпринимательской инициативы (рис. 2).

В связи с ярко выраженной стратегической поддержкой, появилось множество новых направлений и форм предпринимательской деятельности: технологическое предпринимательство, социальное предпринимательство, экологическое предпринимательство, цифровое предпринимательство, молодёжное предпринимательство, малое предпринимательство для пенсионеров и самозанятых, предпри-

нимательство в сфере культуры и спорта, предпринимательство в здравоохранении и образовании, а также малое промышленное предпринимательство и другие.

Некоторые плюсы национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»:

1. Льготные условия для малого и среднего бизнеса, например, возможность получить кредит по льготной ставке 8,25% годовых.
2. Режим самозанятости, который предполагает льготный налоговый режим для самозанятых.
3. Поддержка фермеров, в том числе грант «Агростартап».
4. Консультации и услуги в режиме одного окна для предпринимателей.
5. Создание промышленных парков и технопарков с применением механизмов государственно-частного партнёрства.

Рис. 2. Преференции МСП по Национальному проекту «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [3]

Следует отметить, что сам по себе термин малое промышленное предпринимательство является для многих исследователей оксюмороном, то есть понятием, содержащим в себе заведомо противоположные антонимичные понятия.

В качестве примера, который у всех на слуху, можно упомянуть термин устойчивое развитие, который является основным геостратегическим лозунгом социально-экономического развития планетарного уровня.

Устойчивый – значит стабильный или неподвижный.

Развитие – означает динамику или движение.

В аспекте устойчивого развития, предполагается принцип стабильной динамики прогрессивного развития, то есть сдержанного роста. Что и проявляется уже в концепции мирового и регионального сбалансированного социально-эколого-экономического развития (рис. 3), при котором условия жизни для будущих поколений должны быть обеспечены – не хуже, чем у ныне живущих. С учетом сдерживания экономического развития и, соответственно, социального потребления, а, как следствие – и сокращения экологического загрязнения. Что и заявлено, и реализуется на уровне Организации Объединенных Наций, и поддержано, и соответствующим образом ратифицировано нашей страной и многими странами мира.

Однако, на практике, концепция устойчивого развития, по мнению многих исследователей, скорее является инструментом недобросовестной конкуренции и возможностью оппортунистического шантажа на уровне макроэкономики отдельных государств.



Рис. 3. Упрощенная схема и цели сбалансированного социо-эколого-экономического – устойчивого развития [4]

Что касается малого промышленного или индустриального предпринимательства, то оксюморон заключается в противопоставлении понятий «малый», то есть локальный или малочисленный, и промышленный, то есть масштабированный. Однако, на практике, наш сосед – Китайская народная республика доказывает уже многие годы, что малые предприятия способны масштабно производить промышленные товары народного потребления на уровне обеспечения мировых и региональных рынков своей продукцией, хоть и сомнительного качества, по сравнению с продукцией крупных производственных объединений.

По формам и масштабам деятельности, кроме известного в теории: малого, среднего и крупного бизнеса, в последнее десятилетие появились: микро-бизнес и институт самозанятых граждан, на уровне малых форм. А на международном поле, на уровне – крупных форм, по сути – на макроэкономическом уровне, сформировались мега и гиперкорпорации с бюджетами, сопоставимыми с бюджетами отдельных крупных государств.

Продолжая вопрос стратегических основ развития общества, важно отметить, что начиная с текущего года активно реализуется Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 г. № 309 О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года, согласно которому определены следующие основные цели развития:

а) сохранение населения, укрепление здоровья и повышение благополучия людей, поддержка семьи;

б) реализация потенциала каждого человека, развитие его талантов, воспитание патриотичной и социально ответственной личности;

в) комфортная и безопасная среда для жизни;

г) экологическое благополучие;

д) устойчивая и динамичная экономика;

е) технологическое лидерство;

ж) цифровая трансформация государственного и муниципального управления, экономики и социальной сферы [5].

Объявленные в майском указе 2024 г. цели были сформулированы и детализированы в новых Национальных проектах (рис. 4).

В 2024 г. сформировано девятнадцать национальных проектов

- «Продолжительная и активная жизнь», «Семья», «Современные технологии сбережения здоровья», «Кадры»
- «Молодежь и дети», «Туризм и гостеприимство»
- «Средства производства и автоматизации», «Новые материалы и химия»,
- «Транспортная мобильность», «Перспективные космические технологии», «Экспорт».
- «Эффективная транспортная система», «Беспилотные авиационные системы»
- «Эффективная и конкурентная экономика», «Новые энергетические технологии»
- «Экологическое благополучие», «Продовольственная безопасность»
- «Экономика данных»
- «Инфраструктура для жизни»

Рис. 4. Группировка национальных проектов Российской Федерации от 2024 г. [3]

Необходимо отметить, что трансформацию стратегических принципов долгосрочного планирования технологического и проектного развития базовых отраслей экономики, и в том числе промышленности, кроме принципа устойчивого развития, определяет современный принцип цифрового технологического развития экономик ведущих развитых и развивающихся стран.

Методология стратегического планирования социально-экономического развития в условиях технологической, цифровой, ИИ-трансформации общества должна всесторонне и, в том числе, критически, исследовать и раскрывать грядущие эффекты, как благоприятные для общества, так и негативные, то есть разрушительные.

Вопросы методологического и методического обеспечения процессов новой технологической трансформации мирового сообщества являются определяющими для формирования стратегического вектора социально-экономического развития государств и их регионов. Такая связь объясняется необходимостью поддержания геополитической, геоэкономической и культурно-гуманистической конкурентоспособности стран и народов в условиях острой международной конфронтации, санкционных ограничений, технологического эмбарго и развязанной коллективным западом антироссийской прокси войны. Кроме того, все связи, прежде глобального устройства мировой экономики, разорваны или заморожены [6], Россия вынуждена активно искать новых поставщиков и рынки сбыта, придумывать новые бизнес-модели, развивать отечественные технологические решения и перекрываться параллельным импортом.

Цифровой технологический бум и гонка за первенство в создании и применении искусственного интеллекта в странах – мировых экономических лидерах, требует от России не только обеспечения конкурентного паритета, но и опережающих темпов экономического роста, соответственно, эти факторы накладывают дополнительно к текущим проблемам обязательства по стратегическому технологическому прорывному социальному и экономическому развитию регионов [7].

Ориентиры международного устойчивого развития в сочетании с гуманистическими принципами, к которым привержена Россия, определяют необходимость развития лишь тех передовых инновационных технологий, которые не принесут вреда народам, то есть будут лишь способствовать демографическому росту, повышению здоровья, стабильному трудоустройству и социальному благополучию, а также которые сокращают текущее или да же устраняют ранее нанесенное загрязнение природы.

В этой связи региональная специфика также имеет ключевое значение. В таком регионе как Байкальский, включающий в себя по принципам водораздела и бассейна водосбора Иркутскую область, Забайкальский край, республику Бурятия, а также Монгольскую народную республику, с одной стороны отражены базовые региональные характеристики, с другой стороны, часть Байкальского региона относится к Сибирскому федеральному округу, часть – к Дальневосточному, и часть к другому государству, взаимовыгодное влияние со стороны России на которое за последние 30 лет существенно ослабло, хоть и по-прежнему имеет перспективу к возобновлению. Малое и среднее предпринимательство, прежде всего, в агропромышленном секторе, до сих пор является опорой дружеских отношений с Монголией.

Соответственно, необходимо активно сотрудничать с другими странами и регионами, искать новые партнерства и сотрудничество в области промышленных технологий и инноваций.

Взаимодействие с дружески настроенными представителями мирового сообщества позволит обмениваться опытом, получать доступ к новым знаниям и техническим решениям, а также расширять границы российского влияния на но-

вых принципах глобализации. В этом аспекте следует поддерживать расширение БРИКС.

Соответствующий подход требует методологического осмысления и методических разработок, способных выявлять губительные для человечества технологические решения, применяемые крупными транснациональными и трансконтинентальными компаниями, действующими на принципах оппортунизма, и предлагать меры по предупреждению и смягчению вреда, что реализуется именно через предпринимательскую инициативу на уровне микроэкономики. Именно предприниматели в развитых государствах являются основой благополучия общества и как представители среднего класса в большей мере обеспечивают налоговыми доходами местные и региональные бюджеты.

В этой связи, не понятно – почему аспекты развития малого и среднего предпринимательства не получили отдельного акцентированного представительства в новых национальных проектах России.

Значит ли это, что поддержка предпринимательства со стороны государства сократится? Значит ли это, что и система среднего профессионального и, особо важно для нас, системы высшего образования получит другие, новые приоритеты?

Или может государственная поддержка будет усиливаться, за счёт уже созданных институтов и их самостоятельного развития. Ведь в текущей экономической ситуации, по сути, галопирующей инфляции, а по мнению некоторых аналитиков уже гиперинфляции, как минимум, по отдельным товарам в продовольственном секторе, самыми незащищёнными слоями населения, на уровне с бюджетными сферами по уровню реальных доходов, являются именно представители малого предпринимательства.

Объявленный Правительством России и Министерством науки и высшего образования акцент на инженерных специальностях предполагает ли формирование предпринимательских компетенций в сфере промышленного развития на основе малых форм бизнеса?!

Тем более, что за прошедшие 10 лет малый бизнес так и не достиг структурного состояния, обеспечивающего стабильный рост экономики и, соответственно, формирования весомой доли среднего класса и, в общем, высокого благосостояния населения страны и решения проблемы бедности.

Основные секторы малого и среднего бизнеса России сосредоточены не в сфере производства промышленной продукции массового потребления, а в сфере услуг и торговли.

До 80 % промышленных товаров народного потребления поставляется из зарубежа, теперь через механизмы параллельного импорта и, как и раньше, в большей части, из китайской народной республики.

Сможет ли устоять малое предпринимательство, микробизнес и самозанятые в современных условиях банковского кредитования, при которых процентные ставки для малого и среднего бизнеса выросли и превышают 40 % годовых.

Считаем, что эти вопросы должны исследоваться и решаться в первоочередном порядке, так как определяют социальную стабильность общества.

Финансовая и денежно-кредитная политика государства, а также и, прежде всего, главного регулятора финансовой сферы – Центрального банка России, всегда вызывает много противоречивых оценок и критики экспертного сообщества.

Многие аналитики, вопреки утверждениям представителей ЦБ РФ о сдерживающей инфляцию высокой ставке рефинансирования, наоборот считают инфляцию прямым следствием повышения ставки, так как она приводит к росту стоимости кредитных ресурсов не только для покупателей товаров в кредит, что якобы сокращает потребление, но и главным образом для производственных и торговых организаций, которые в основном представлены малым и средним бизнесом, а высокие процентные выплаты по кредитам, как следствие, приводят к росту цен или к так называемой шринкфляции, то есть скрытой наценке через снижение стандартных количественных и качественных характеристик товара. По сути, ставка рефинансирования ЦБ РФ, по мнению отдельных экспертов, является недополученным ростом ВВП страны.

Выводы

Считаем, только стабилизация финансовой и денежно-кредитной политики в государстве через снижение ставки рефинансирования ЦБ РФ, как это происходит в развитых капиталистических экономиках в период кризисов, одновременно с устранением спекулятивных операций на валютном рынке, а также при условии всесторонней поддержки развития малых и, прежде всего, промышленных форм предпринимательства, возможно преодоление очередного экономического спада.

Понятно, что предпринимаемые меры должны иметь комплексный характер и эффективный механизм государственного контроля. В таком порядке станет возможным усиление конкурентоспособности региональных малых промышленных предприятий России на внутренних и международных рынках технологичной продукции, а, следовательно, и стратегические, жизненно важные, или, как это модно говорить экзистенциальные цели будут достигнуты и удержаны.

Список использованной литературы

1. Глазьев С.Ю. Оценка влияния санкций и других кризисных факторов на состояние российской экономики / С.Ю. Глазьев, В.В. Архипова // Российский экономический журнал. – 2018. – № 1. – С. 3–29.
2. Национальные проекты России / сетевой файл pdf (режим доступа: 20.11.2024). – URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://dpgrw.ru/wp-content/uploads/2019/09/Natsionalnye-proekty-Rossii.pdf>.
3. Официальный портал «Национальные проекты России» (режим доступа: 20.11.2024). – URL: <https://национальныепроектырф/projects>.
4. Официальный портал «Национальный исследовательский университет» / «Высшая школа экономики» / Факультет экономических наук / Департамент статистики и анализа данных / Новости / Тема «исследования и аналитика» (режим доступа: 20.11.2024). – URL: <https://economics.hse.ru/dest/news/tags/resanl>.

5. Официальный портал «Официальное опубликование правовых актов» (режим доступа: 20.11.2024). – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202405070015>.

6. Делягин М.Г. Конец эпохи. Осторожно: двери открываются! Том 1. Общая теория глобализации. – Москва : Книжный мир, 2019. – 832 с. – ISBN 978-5-6041887-7-4.

7. Делягин М.Г. Стратегия «Большого рывка» / М.Г. Делягин, С.Ю. Глазьев, А.И. Фурсов. – Москва : Алгоритм, 2013. – 239 с.

Информация об авторах

Самаруха Алексей Викторович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: samarukha_alex@mail.ru.

Самаруха Виктор Иванович – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: oksalsam@mail.ru.

Даваасурэн Авирмэд – доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент Академии наук Монголии, Президент Ассоциации развития Монголо-Российского делового сотрудничества, Институт международных отношений, г. Улан-Батор, Монголия, e-mail: davaasuren13@yahoo.com.

Authors

Alexey V. Samarukha – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics enterprises and business activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: samarukha_alex@mail.ru.

Victor I. Samarukha – Doctor of Economics, Professor, Professor, Department of World Affairs economy and economic security, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: oksalsam@mail.ru.

Davaasuren Avirmad – Doctor of Economics, Professor, Corresponding Member of the Academy of Sciences of Mongolia, President of the Association for the Development of Mongolian-Russian Business Cooperation, Institute of International Relations, Ulaanbaatar, Mongolia, e-mail: davaasuren13@yahoo.com.

ВЛИЯНИЕ КРУПНЕЙШИХ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ НА ЭКОНОМИКУ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Обосновывается роль крупнейших налогоплательщиков в экономике Иркутской области с позиций вклада в валовой региональный продукт и консолидированный региональный бюджет. Рассматриваются динамика и структура валового регионально-го продукта за 2023 год, основные организации его формирующие, изменение налогового потенциала в результате экономического роста. Выявлены основные налоги за рассматриваемый период, формирующие консолидированный региональный бюджет. Предлагаются основные направления работы с ними в целях увеличения налогового потенциала нашего региона.

Ключевые слова: налоги, налоговые поступления, налоговый потенциал, валовый региональный продукт, консолидированный региональный бюджет.

M.S. Sevastyanova

THE INFLUENCE OF THE LARGEST TAXPAYERS ON THE ECONOMY OF THE IRKUTSK REGION

Abstract. The role of the largest taxpayers in the economy of the Irkutsk region is substantiated from the standpoint of contribution to the gross regional product and the consolidated regional budget. The dynamics and structure of the gross regional product for 2023, the main organizations that form it, and the change in tax potential as a result of economic growth are considered. The main taxes for the period under review that form the consolidated regional budget are identified. The main areas of work with them in order to increase the tax potential of our region are proposed.

Keywords: taxes, tax revenues, tax potential, gross regional product, consolidated regional budget.

Введение

Функционирование региональной экономики зависит от множества факторов [1], однако формирование валового регионального продукта и консолидированного регионального бюджета являются основными и от них зависят остальные. Разделение экономики на малый, средний и крупный бизнесы законодательно закреплено, но носит во многом условный характер исходя из структуры собственности и корпоративных связей. Основным вопросом является определение ключевых игроков, дающих основной импульс экономическому росту. Регионы Сибирского федерального округа имеют свои отличительные черты, которые мы рассмотрим на примере Иркутской области.

Существует значительное количество экономических теорий, рассматривающих региональные экономики и региональные финансы, региональные налоги и региональный экономический рост.

Вместе с тем, применительно к экономике Иркутской области важно определить влияние крупных корпораций на валовой региональный продукт и консолидированный региональный бюджет, а также факторы, влияющие на формирование налогового потенциала [2].

Цель и задачи исследования

Цель исследования – определение влияния крупных корпораций на валовой региональный продукт и их налоговых платежей в консолидированный региональный бюджет Иркутской области.

Задачи исследования:

1. Сформировать список крупных корпораций;
2. Рассчитать их вклад в региональный валовой продукт;
3. Определить влияние их налоговых отчислений на консолидированный региональный бюджет;
4. Предложить мероприятия, направленные на увеличение налогового потенциала Иркутской области.

Методы исследования

В рамках проведения научного исследования используются такие методы, как: анализ, группировка, сравнение, статистический метод.

Полученные результаты

Валовой региональный продукт (ВРП) является показателем, который обобщает результаты экономической деятельности. При расчете показателя используют производственный метод.

По предварительным данным, объем ВРП Иркутской области в 2023 году составит 2 464,5 млрд руб. (динамика к 2022 году +4,6 %) [3]. К ключевым видам экономической деятельности, формирующих наибольшую долю ВРП области, относятся: добыча полезных ископаемых (32 %), обрабатывающие производства (10 %), транспортировка и хранение (9 %) [3].

Одним из ключевых экономических индикаторов развития промышленности в регионе является индекс производства, отражающий изменения масштабов производства в определенный период. Индекс промышленного производства характеризует совокупные изменения производства по видам экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых», «Обрабатывающие производства», «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды». Индексы промышленного производства за январь–июнь 2024 года представлены на рис. 1.

Индекс промышленного производства с января по июнь 2024 года составил 111,7 %, за счет роста добычи ископаемых, обрабатывающих производств, производства и распределения электрической энергии.

Совокупный объем прибыли организаций, которые занимаются добычей полезных ископаемых, в рассматриваемом периоде составил 145,5 млрд руб.

«Индекс промышленного производства по добычи угля в период с января по июнь текущего года достигает 111,1 % к аналогичному периоду прошлого года. Увеличение добычи каменного угля обусловлено улучшением ситуации с отгрузкой угольной продукции на экспорт в восточном направлении» [3]. Рост добычи бурого угля вызван увеличением внутренних поставок на ТЭЦ региона.

Добыча полезных ископаемых – 113,2 %

- добыча угля – 111,1 %
- добыча металлических руд – 86,9 %
- добыча прочих полезных ископаемых – 94,5 %

Обрабатывающее производство – 108,7 %

- обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели – 107,7 %
- производство бумаги и бумажных изделий – 117,2 %
- производство химических веществ и химических продуктов – 105,3 %
- производство металлургическое – 106,4 %

Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха – 112,0 %

Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений – 107,5 %

Рис. 1. Индексы промышленного производства в Иркутской области [3]

Лидер угледобывающей промышленности «ООО «Компания «Востсибуголь», входящая в состав АО «ЕвроСибЭнерго». Индекс промышленного производства предприятий, связанных с добычей металлических руд, в рассматриваемом периоде составил 86,9 % к аналогичному периоду прошлого года» [3]. Крупнейшими золотодобывающими компаниями региона считаются ПАО «Плюс», группа компаний Высочайший, а также АО «ЗДК «Лензолото». Лидер добычи и обогащения железной руды Иркутской области – ПАО «Коршуновский ГОК».

Предприятия обрабатывающей промышленности в рассматриваемом периоде отгрузили продукции на общую сумму 413 041 млн руб., совокупный объем прибыли равен 25,3 млрд руб. Индекс промышленного производства данного вида деятельности составляет 108,7 %. Показатель отражает рост деревообрабатывающего, целлюлозно-бумажного, химического и металлургического производства.

Деревообрабатывающие предприятия в текущем году увеличили выпуск щитового паркета в несколько раз, фанеры и пиломатериалов хвойных пород поч-

ти на 13 %. Отметим значительное снижение производства брикетов и топливных гранул, это связано со снижением поставок на экспорт. Ведущими предприятиями данной сферы в Иркутской области являются ООО «Атлант», ООО «Лесресурс», ООО «Деком» и другие.

Ведущими предприятиями, которые занимаются производством бумаги и бумажных изделий в Иркутской области, можно отнести филиалы АО «Группа «Илим». В первом полугодии 2024 года выпуск картона вырос в 2 раза в связи с запуском работы целлюлозно-картонного комбината в г. Усть-Илимске.

Химическая промышленность «затрагивает такие направленности, как нефтехимия, полимерная химия, выпуск удобрений, бытовая химия и т.д. Крупнейшими предприятиями данной отрасли является АО «Саянскхимпласт», АО «Ангарский завод полимеров», ООО «Ангарский азотно-туковый завод» [4]. Необходимо отметить увеличение производства азота (на 13 %), водорода и моющих средств (на 3 %), а производство лакокрасочных материалов значительно сократилось (на 36 %). Совокупный объем прибыли предприятий химической промышленности за первое полугодие составил 3,8 млрд руб., объем отгруженной продукции – 38,4 млрд руб.

В рамках металлургической отрасли предприятия Иркутской области в период с января по июнь отгрузили продукцию в объеме 108,9 млрд руб., прибыль составила 11,6 млрд руб. [3]. Лидеры металлургического производства – ОК «РУСАЛ» и ПАО «Мечел».

Иркутская область обладает мощной энергетической системой и входит в состав объединенной Энергосистемы Сибири. С января по июнь 2024 года предприятия выработали электроэнергию на 16 % больше, чем в прошлом году, а пара и горячей воды на 1 %, предприятия получили 110,8 млрд руб. в качестве прибыли.

Представителями вида деятельности «водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнения» являются АО «Байкалэнерго», ООО «АкваСервис», ООО «Черемховский Водоканал». С января по июнь 2024 года было отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами на сумму 13,4 млрд руб., получили прибыль в размере 350 млн. руб. [3].

Объем денежных средств, который поступил в качестве дохода в консолидированный бюджет Иркутской области, равен 157,66 млрд руб. (данные на 01.07.2024). Хочется отметить, что это на 3,4 % выше прошлогодних поступлений аналогичного периода [3]. На рисунке 2 представлена структура налоговых доходов консолидированного бюджета Иркутской области на 01.07.2024 г.

Налоговые и неналоговые доходы за первое полугодие 2024 года составили 139,6 млрд руб. (88,5 % суммарного дохода) [3].



Рис. 2. Структура доходов консолидированного бюджета Иркутской области на 01.07.2024 г. [4]

Поступления налога на прибыль организации зафиксированы на уровне 46 млрд руб., а НДС – 54, 3 млрд руб. [4]. Данный уровень налога на прибыль организаций отражает неблагоприятную внешнеэкономическую конъюнктуру рынка, с которым сталкиваются основные налогоплательщики области. Трансформация экономических отношений является следствием различных ограничений со стороны ряда стран.

Одним из направлений для дальнейшего развития экономики региона и повышения налогового потенциала – это создание условий для успешной трансформации. Оказание поддержки промышленным предприятиям региона за счет средств специализированного фонда. Поддержка малого и среднего предпринимательства за счет повышения доступности финансовых ресурсов [5]. Ежегодная оценка эффективности предоставляемых налоговых льгот позволит своевременно принимать решение об отмене той или иной поддержки. Необходимо повышение прозрачности и доступности процесса исполнения бюджета региона.

Выводы

Иркутская область обладает достаточно высоким уровнем социально-экономического развития [6]. По предварительным данным, объем ВРП Иркутской области в 2023 году составил 2 464,5 млрд руб. [7]. Основные виды экономической деятельности, которые оказывают наибольшее влияние на ВРП: добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, транспортировка и хранение. Оценка влияния их налоговых отчислений на консолидированный региональный бюджет показала, что они остаются определяющими в структуре доходов консолидированного бюджета Иркутской области [8].

К основным мероприятиям, направленным на увеличение налогового потенциала Иркутской области можно отнести: создание условий для успешной трансформации экономических отношений; поддержка МСП; осуществление

контроля наполняемости консолидированного бюджета региона доходами; проведение ежегодной оценки эффективности предоставляемых налоговых льгот; повышение прозрачности и доступности процесса исполнения бюджета региона.

Список использованной литературы

1. Бубнов В.А. Факторная модель финансирования прироста валового регионального продукта / В.А. Бубнов // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2015. – Т. 6, № 3. – DOI: 10.17150/2072-0904.2015.6(3).

2. Федотов Д.Ю. Налоговая нагрузка как одно из условий, благоприятствующих теневой экономике в российских регионах / Д.Ю. Федотов. – DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(1).10. – EDN DWYIBR // Baikal Research Journal. – 2022. – Т. 13, № 1.

3. Пояснительная аналитическая записка по итогам социально-экономического развития Иркутской области за январь-сентябрь 2023 года. – URL: https://irkobl.ru/sites/economy/socio-economic/socio-economic_situation/%D0%A1%D0%AD%D0%A0%20%D0%B7%D0%B0%20%D1%8F%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C-%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8F%D0%B1%D1%80%D1%8C.pdf.

4. Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет Российской Федерации по состоянию на 1 июля 2024 года. – URL: <https://analytic.nalog.gov.ru/> (дата обращения 26 октября 2024 года).

5. Министерство экономического развития и промышленности Иркутской области : офиц. сайт. URL: https://irkobl.ru/sites/economy/socio-economic/socio-economic_situation (дата обращения: 26.10.2024).

6. Иркутская область в цифрах краткий статистический сборник. – URL: https://38.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/004god_2023.pdf (дата обращения: 25.10.2024).

7. Открытый бюджет Иркутской области: офиц. сайт. – URL: <https://openbudget.irkobl.ru/budget/osnovnye-pokazateli-razvitiya-ekonomiki> (дата обращения: 26.10.2024).

8. Пояснительная аналитическая записка по итогам социально-экономического развития Иркутской области за январь – июнь 2024 года : офиц. сайт. – URL: https://irkobl.ru/sites/economy/socio-economic/socio-economic_situation/Мониторинг%20СЭР%20за%201%20полугодие%202024.doc (дата обращения: 27.10.2024).

Информация об авторе

Севастьянова Мария Сергеевна – аспирант, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: kazanskaya.masha@mail.ru.

Author

Mariya S. Sevastyanova – graduate student, Department of Finance and Financial Institutions, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: kazanskaya.masha@mail.ru.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ С КИТАЕМ

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности и тенденции внешнеторгового сотрудничества между Иркутской областью и Китайской Народной Республикой с учетом региональных особенностей, продуктивных коммерческих сфер и их экспортно-импортной специфики. Обосновывается роль субъектов в интенсификации малого и среднего бизнеса, способствующих становлению взаимовыгодных экономических отношений. Выявлены проблемы, связанные с логистикой и процедурой совершения торговых сделок.

Ключевые слова: Иркутская область, Китай, внешнеторговые отношения, коммерческая деятельность, малый и средний бизнес, экспорт, импорт.

A.S. Sedyh,
L.F. Konstantinova

FEATURES AND PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE COOPERATION BETWEEN THE IRKUTSK REGION AND CHINA

Abstract. This article examines the features and trends of foreign trade cooperation between the Irkutsk Region and the People's Republic of China, taking into account regional peculiarities, productive commercial spheres and their export-import specifics. The role of subjects in the intensification of small and medium-sized businesses, contributing to the establishment of mutually beneficial economic relations, is substantiated. Problems related to logistics and the procedure for making trade transactions have been identified.

Keywords: Irkutsk region, China, foreign trade relations, commercial activity, small and medium-sized businesses, exports, imports.

Введение

Иркутская область непрерывно интенсифицируется для экспорта малого и среднего бизнеса со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, так как отличается выгодным географическим положением, богатым экономическим, природным и научным потенциалом. Превалирующим ее торгово-экономическим партнером является Китайская Народная Республика.

Взаимодействие между Иркутской областью и Китаем в настоящее время дает возможность повышения эффективности экономических систем различных отраслей государств, что обуславливает актуальность данной работы.

Цель и задачи исследования

Целью статьи является выявление особенностей и проблем внешнеторгового сотрудничества между Иркутской областью и Китайской Народной Республикой.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотрение региональных особенностей коммерческой деятельности Иркутской области;
- анализ внешнеторгового сотрудничества между Иркутской областью и Китаем;
- выявление проблем, возникающих при организации торговых отношений между Иркутской областью и Китаем;
- предоставление возможных путей решения проблем организации торговых отношений между Иркутской областью и Китаем.

Методы исследования

Для данной работы использованы методы системного анализа, описательный, сравнительный и исторический методы.

Полученные результаты

Наиболее продуктивными сферами внешнеторгового сотрудничества Иркутской области с Китаем для экспорта малого и среднего бизнеса являются возможности Приангарья, такие как чистая питьевая вода, а также на ее основе напитки, мороженое, рыбная, сельскохозяйственная, зерновые, масличная продукция, дикоросы, пищевая промышленность. Органы власти регионов заинтересованы в оказании активной государственной поддержки внешней торговли малых и средних предприятий.

По итогам 2023 года Иркутская область заняла 10 место среди субъектов России по объемам экспортных поставок. Приангарье входит в число лидеров уже второй год подряд. Также по итогам 2023 года Приангарье сохранило за собой статус опорного региона [3].

Иркутская область традиционно являлась экспортно-ориентированной. Наиболее продуктивными сферами внешнеторгового регионального сотрудничества с китайскими провинциями являются возможности Иркутской области: топливно-энергетические ресурсы (уголь, нефть, газ), значительные ресурсы железа и марганца, цветных и редких металлов (цезий, литий, тантал, бериллий, ниобий, олово), мощная энергосистема, обеспеченность лесными ресурсами, дикоросами, сельскохозяйственными культурами и конечно, уникальность озера Байкал с пресной водой, разнообразием рыбной продукции.

В 2016 году в России была сформулирована Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года. Она направлена на повышение занятости в МСП и увеличения ВВП за счет сокращения налогов и бюрократии [4].

Перспективными направлениями экспорта Иркутской области в Китай для малого и среднего бизнеса являются возможности Приангарья, такие как чистая питьевая вода, рыбная, сельскохозяйственная продукция, пищевая промышленность.

Динамика экспорта продукции агропромышленного комплекса региона демонстрирует стабильный рост, при этом 49 % от всего объема экспорта продукции АПК приходится на Китай [1].

В перспективе объем экспорта сельхозтоваров возможно увеличить благодаря сотрудничеству Иркутской области с Китаем по переработке сырья, инвестиции и в мощности для предварительной подготовки и хранения зерновых.

По данным Управления Россельхознадзора по Иркутской области в Китай направлена подавляющая часть продукции. В частности, в 2023 году это 165,9 тыс. т масла растительного происхождения, 20,4 тыс. т овса, 13,9 тыс. т рапса, 5,8 тыс. т ячменя, 5,1 тыс. т льна, 325 т соевого шрота, 252 т маргарина, 243 т соевой муки, 122 т пшеницы. Также отмечается, что в 2024 году объем экспорта зерна из Иркутской области в Китай вырос на 25 % [2].

Власти Приангарья считают, что экспорт продукции АПК из региона в Китай можно нарастить. Для решения проблем предэкспортной подготовки и поиска покупателей на китайском рынке необходима поддержка со стороны институтов развития.

В 2023 году, несмотря на негативное влияние санкций, в области продолжилось развитие инфраструктуры розничной торговли. Точкой роста торговой сети продолжает оставаться востребованный у населения формат – продовольственный дискаунтер. Общая торговая площадь объектов ритейла, расположенных на территории области, составила более 2,7 млн м². Обеспеченность населения количеством стационарных торговых объектов превысила минимальный норматив в 2,6 раза и составила 17587 единиц.

По данным статистики розничные продажи в регионе в 2023 году вернулись в зону положительных значений и выросли на 11,2 % к 2022 году (616,8 млрд рублей), что выше среднероссийского показателя (8,0 %). В структуре оборота розничной торговли доля розничных продаж продовольственных товаров составила 49,9 %, непродовольственных – 50,1 %. В 2023 году оборот розничной торговли в регионе на 97,4 % формировался торговыми организациями, доля продаж товаров на рынках и ярмарках составила 2,6 %. Доля сетевых организаций в обороте розничной торговли выросла до 34,5 %. При этом половина объема розничного товарооборота сформирована субъектами торговли малых форм и индивидуальными предпринимателями.

По данным статистики оборот розничной торговли в январе-июне 2024 года составил 362,7 млрд рублей или 114,0 % к соответствующему периоду 2023 года. Оборот общественного питания также остается в зоне роста и составляет 19,0 млрд рублей или 106,5 % к уровню прошлого года [3].

Следует отметить, торговля занимает одно из ведущих мест в экономике Иркутской области. Согласно стратегии развития торговли в Российской Федерации до 2025 г доля отрасли в валовом региональном продукте составляет свыше 7 %.

В I полугодии 2024 года экспорт продукции в Китай увеличился по сравнению с аналогичным периодом 2023 года на 26,2 % за счет роста поставок группы товаров топливно-энергетического комплекса, а также алюминия. Основу экспорта из Иркутской области в Китай традиционно составляют топливно-минеральная продукция, лесоматериалы, металлы и изделия из них. Импорт увеличился на 33,2 %. В Иркутскую область из КНР поставляют продукцию хими-

ческой промышленности и машиностроения, топливно-энергетические товары, металлы, продовольственные товары.

В июне 2024 года членами правительства Иркутской области во главе с губернатором Игорем Кобзевым подписаны с китайскими партнерами соглашения и экспортные контракты в различных сферах: соглашение о строительстве Братского металлургического завода, соглашение о локализации в Иркутской области предприятия по производству мебели, медицинского оборудования, электротранспорта и агрохимии, договор о намерениях по строительству в регионе птицефабрики, сотрудничестве в сфере АПК, энерготехнологий, жилищного строительства, туризме, культуре и спорте, контракты о поставках из Приангарья в КНР рапса, ячменя, продуктов питания, биологически активных добавок, высокоточных подшипников. А также заключены договоры о сотрудничестве на оказание образовательных услуг, например, Байкальский государственный университет заключил соглашение о продлении сотрудничества с Пекинским университетом внешней экономики и торговли., по программам двойного дипломирования направлений «Менеджмент», «Экономика» и «Торговое дело».

Следует отметить такое направление внешнеторгового сотрудничества Иркутской области и Китая как онлайн-торговля, которая приносит прибыль и китайским компаниям, стремящимся расширить взаимодействие с российскими контрагентами. На рынок КНР приходится наибольшая доля онлайн-продаж электроники, одежды, обуви, продуктов питания. Китайские товары благодаря снижению производственных затрат, повышению качества продукции и государственной поддержке являются более конкурентоспособными на рынке.

Одна из проблем внешнеторгового сотрудничества Иркутской области с Китаем связана с логистикой: производители испытывают большие трудности с отправкой своей продукции на экспорт.

Губернатор Игорь Кобзев обсудил с руководством логистической компании China Logistics Group Co., Ltd возможность создания в Иркутской области транспортно-логистического комплекса для обеспечения международных грузоперевозок между Россией и Китаем [1].

Выводы

В последние годы определяющим фактором развития экономических связей между Иркутской областью и Китаем является сотрудничество между малыми и средними предприятиями обеих сторон. Оба субъекта, будучи заинтересованными во взаимной региональной экспансии, поддерживают малые и средние предприятия, развиваясь благодаря новым технологиям и электронной коммерции.

Правительство Иркутской области заинтересовано в увеличении экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью и готово предоставить предпринимателям площадки, которые могут быть использованы под промышленное производство не только с готовой инфраструктурой, но и с преференциальными режимами.

Список использованных источников

1. Дни Иркутской области стартовали в Китайской Народной Республике // Официальный портал Правительство Иркутской области : [сайт]. – URL: <https://irkobl.ru/sites/agroline/news/3686535/?type=special> (дата обращения: 25.10.2024).
2. Более 90 % экспортного зерна направлено из Иркутской области в Китай Республике // ИА Сибирские новости : [сайт]. – URL: <https://snews.ru/news/bolee-90-eksportnogo-zerna-napravleno-iz-irkutskoy-oblasti-v-kitay> (дата обращения: 25.10.2024).
3. Товарооборот Приангарья с Китаем в 2023 году уже превысил показатели 2022 года // Союз Торгово-промышленная палата Восточной Сибири (Иркутская область) : [сайт]. – URL: <https://vs.tpprf.ru/ru/news/503945> (дата обращения: 25.10.2024).
4. Большая помощь малому бизнесу. Как МСП двигают экономику Китая // РИА Новости : [сайт]. – URL: <https://ria.ru/20210928/ekonomika-1752184664.html> (дата обращения: 25.10.2024).
5. Товарооборот между Россией и Китаем растет // BFM.ru : [сайт]. – URL: <https://www.bfm.ru/news/559983> (дата обращения: 25.10.2024).

Информация об авторах

Седых Анастасия Станиславовна – студент бакалавриата, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: cedih@yandex.ru.

Константинова Лия Файтуловна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: konstantinof@yandex.ru.

Authors

Anastasiia S. Sedyh – Undergraduate student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: cedih@yandex.ru.

Liya F. Konstantinova – D.Sc. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: konstantinof@yandex.ru.

ОСОБЕННОСТИ ОТКРЫТИЯ БИЗНЕСА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация. В данной статье автор подробно рассмотрел отличительные особенности организации предпринимательской деятельности в туризме с учётом повышенного интереса государства к развитию данного сегмента экономики. Подробному анализу подвергнуты существующие субъекты предпринимательства в туризме: турагенты, туроператоры, субагенты, дана характеристика их оформления в правовом поле. Рассмотрены актуальные возможности для реализации бизнес-стратегии в сфере туризма, которые позволяют эффективно и оперативно развивать свой бизнес.

Ключевые слова: туризм, бизнес, туроператор, турагент, субагент.

М.А. Sklyarenko

FEATURES OF STARTING A BUSINESS IN THE TOURISM INDUSTRY

Abstract. In this article, the author has considered in detail the distinctive features of the organization of entrepreneurial activity in tourism, taking into account the increased interest of the state in the development of this segment of the economy. The existing business entities in tourism are subjected to a detailed analysis: travel agents, tour operators, subagents, and a description of their registration in the legal field is given. The current opportunities for the implementation of a business strategy in the field of tourism, which allow you to effectively and efficiently develop your business, are considered.

Keywords: tourism, business, tour operator, travel agent, subagent.

Введение

В условиях политической нестабильности, в частности санкционных ограничений, в последние два года отмечается активная поддержка туристической отрасли. В рамках государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» до 2030 года была сформирована стратегия комплексного развития внутреннего и въездного развития туризма. Создаются благоприятные условия для становления субъектов малого и среднего предпринимательства [1]. Поэтому важно отразить специфику создания деятельности, связанной с формированием и распространением туристического продукта.

Цели и задачи исследования

Целью исследования является выявление особенностей организации предпринимательской деятельности в туристической отрасли.

Для решения поставленной цели автор обозначил следующие задачи:

1. Проанализировать статистические данные о количестве зарегистрированных юридических лиц в сфере туризма.
2. Дать характеристику ведения предпринимательской деятельности туроператоров, турагентов, субагентов.

3. Выявить отличительные особенности организации бизнеса по субъектам.

Методы исследования

На сентябрь 2024 года количество юридических лиц, работающих в туристической отрасли и зарегистрированных под ОКВЭД «Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма» составляет 45 213 и это на 2,5 % выше показателя 2023 года. Аналитики Контур.Фокуса оценивают данный показатель как незначительный рост с учетом количества ликвидированных организаций за исследуемый период времени. Тем не менее, наблюдается положительная тенденция в регионах, при этом в туристических центрах (Московская область, Краснодарский край) ситуация стабильная. Наблюдается рост субъектов предпринимательства в сфере туризма, коллективных средств размещения, а вместе с тем повышается интерес к методологии формирования бизнес-структуры в исследуемой отрасли [2].

Согласно ст. 2 ГК РФ предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг [3].

Предпринимательская деятельность в туристической отрасли – вид предпринимательской деятельности по разработке и организации туристических поездок и путешествий, в рамках которых удовлетворяются возникающие потребности туристов. Главными потребностями будут являться передвижение, питание и проживание. Специальные потребности обычно формируются из цели туристического продукта и могут быть деловыми, развлекательными, культурными и т.д. Дополнительные потребности определяются мотивацией туриста при выборе путешествия (стремление к активному отдыху, желание получить новые эмоции).

Основными субъектами предпринимательской деятельности в сфере туризма является: туроператор, турагент, субагент. Данное разграничение является важным в контексте формирования бизнеса, поскольку каждый субъект имеет ряд особенностей.

В таблице представлены отличительные характеристики организации предпринимательской деятельности в сфере туризма по субъектам.

Формирование туристского продукта – задача туроператорской деятельности, что и определяет сложную структуру создания бизнеса по этому субъекту. Осуществлять туроператорскую деятельность возможно только с образованием юридического лица. Туроператоры, осуществляющие деятельность в сфере выездного туризма, должны быть также членами объединения туроператоров в сфере выездного туризма, действующего в соответствии с настоящим Федеральным законом, и иметь фонд персональной ответственности туроператора в соответствии с настоящим Федеральным законом [4].

Генеральный директор предприятия должен иметь высшее или дополнительное образование (в сферах туризм, социально-культурный сервис и туризм, туризм и экскурсионное дело, менеджмент туризма, менеджмент организаций

туризма и гостиничного хозяйства, экономика и управление на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства) и стаж работы не менее 5 лет. Для организации деятельности необходимо заключить договор страхования финансовой ответственности на сумму не менее 500 тысяч рублей. Данная сумма необходима для осуществления туроператорской деятельности по направлению внутреннего туризма [5].

**Отличительные характеристики организации
предпринимательской деятельности в сфере туризма по субъектам**

Субъект деятельности	Туроператор	Турагент	Субагент
Признаки для сравнительной характеристики			
Возможные правовые формы предпринимательской деятельности	С образованием юридического лица	Без образования юридического лица –	Без образования юридического лица –
Возможность работы по франшизе	Нет	Да	Нет
Рыночная цель	Формирование, продвижение и реализация туристского продукта	Продвижение и реализация туристского продукта	Продвижение и реализацию туристского продукта по поручению туроператора, переданное турагентом
Наименование информационной базы для сбора и хранения информации о субъекте предпринимательства	Единый федеральный реестр туроператоров	Единый федеральный реестр турагентов, субагентов	Единый федеральный реестр турагентов, субагентов
Наличие финансового обеспечения ответственности	Требуется договор страхования финансовой ответственности	Не требуется	Не требуется

Составлена на основе [4].

Для осуществления турагентской деятельности меньше условий, установленных законодательными и нормативными документами, в сравнении с туроператорской деятельностью. Организовать занятость можно в форме юридического лица, так и без образования юридического лица – индивидуальное предпринимательство. При оформлении важно прописать код экономической деятельности: ОКВЭД 79.11 – деятельность туристических агентств.

Правомерно для турагентской деятельности оформить такой вид отношений, как франчайзинг. Турагент также вправе избрать и вторую модель сотрудничества с туроператором – от своего имени, но за счет принципала. Реализация

туристского продукта имеет посреднический характер по розничной продаже разработанного туроператорами продукта. Туроператор размещает сведения о турагентах, осуществляющих продвижение и реализацию туристского продукта, сформированного туроператором [6].

Полученные результаты

Исходя из цели исследования, автором представлено описание статистических данных и сформирована таблица, характеризующая субъекты предпринимательства в туристической отрасли.

Выводы

В результате анализа различных источников, автором был сделан вывод о том, что несмотря на то, что существует четкая методология организации предпринимательской деятельности, туристический бизнес, который в первую очередь ориентирован на создание «неосязаемой услуги», имеет отличительные особенности. В ходе работы выявлены требования к созданию отдельных субъектов предпринимательства в туризме. Описаны основные характеристики туроператоров и турагентств, выявлена степень соподчинения и степени сотрудничества.

Список использованной литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» от 24 декабря 2021 г. № 2439. – URL: <http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf> (дата обращения: 19.10.2024).
2. Рынок туризма в России: рост на Северном Кавказе, сокращение в Крыму и на Дальнем Востоке. – URL: https://kontur.ru/press/news/53127-rynok_turizma_v_rossii (дата обращения: 19.10.2024).
3. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – URL: https://kontur.ru/press/news/53127-rynok_turizma_v_rossii (дата обращения: 20.10.2024).
4. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 22.06.2024) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c (дата обращения: 20.10.2024).
5. Как стать туроператором по внутреннему туризму. – URL: <https://tour-click.ru/news/kak-stat-turoperatorom-po-vnutrennemu-turizmu> (дата обращения: 20.10.2024).
6. Игнатьева И.Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И.Ф. Игнатьева. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 405 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-18846-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/551808> (дата обращения: 21.10.2024).

Информация об авторе

Скляренко Мария Александровна – студент 4-го курса бакалавриата, кафедры менеджмента предпринимательской деятельности, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация, e-mail: skliarenko.mari2017@yandex.ru.

Научный руководитель

Карлова Анна Ивановна – кандидат экономических наук, доцент, кафедры менеджмента предпринимательской деятельности, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация, e-mail: a.karlova@mail.ru.

Author

Mariya A. Sklyarenko – 4th year undergraduate student, Department of business management, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, the Russian Federation, Simferopol, e-mail: skliarenko.mari2017@yandex.ru.

Scientific supervisor

Anna I. Karlova – Candidate of Economic Sciences, docent, Department of business management, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, the Russian Federation, Simferopol, e-mail: a.karlova@mail.ru.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ СФЕРЫ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Аннотация. Статья посвящена анализу рынков индустрии красоты в России, определению основных направлений и условий его развития с учетом финансово-экономического кризиса. Раскрываются параметры оценки российского рынка, анализ состояния рынка, показатели развития рынка, тенденции развития рынка. Особое внимание обращается на анализ состояния рынка салонов красоты в России. На основе анализа можно увидеть конкурентоспособность основных игроков рынка, тенденции развития салонов красоты в результате использования новых технологий.

Ключевые слова: сфера услуг, рынок услуг красоты, конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, повышение конкурентоспособности фирмы.

**O.I. Sokolova,
M.I. Tertyshnik**

THEORETICAL ASPECTS OF DETERMINING AND ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF A COMPANY IN THE BEAUTY INDUSTRY

Abstract. The article is devoted to the analysis of the beauty industry markets in Russia, determining the main directions and conditions for its development, taking into account the financial and economic crisis. The parameters for assessing the Russian market, analysis of the state of the market, indicators of market development, and trends in market development are revealed. Particular attention is paid to the analysis of the state of the beauty salon market in Russia. Based on the analysis, one can see the competitiveness of the main market players, the development trends of beauty salons under the influence of technology.

Keywords: service sector, beauty services market, competitiveness, competitiveness assessment, increasing the competitiveness of the company.

Введение

В последние годы сфера услуг является одним из активно развивающихся секторов экономики нашей страны. Деятельность компаний, работающих в сфере услуг, направлена на удовлетворение потребностей населения и создание благоприятных условий для жизни людей. При этом, индустрия красоты занимает особое место в этом сегменте и позволяет оценить уровень жизни населения страны, особенно женской его части, и рост благосостояния людей.

В советское время в Российской Федерации экономика была плановой, рассчитанной на долгие годы, а вопросами конкурентоспособности предприятий занимались сотрудники научно-исследовательского конъюнктурного института, при этом конкуренция практически полностью отсутствовала.

Проводимые политические и экономические реформы привели к тому, что Россия оказалась одним из участников мирового экономического рынка, что привело к развитию внутреннего рынка страны, конкуренции предприятий между собой и, как следствие, возникла необходимость изучения проблем конкурентоспособности различных предприятий.

Между тем, вопросом развития конкурентоспособности предприятий исследователи мировой экономики занимаются уже давно. Каждый в свое время, теоретические и эмпирические исследования в этой области проводили такие известные экономисты как М. Портер, А. Тищенко, Ю. Иванов, Н. Кизим и многие другие.

Индустрия красоты, как отрасль экономики, стала развиваться в России сравнительно недавно после открытия «железного занавеса» и в ходе проводимых в стране политических и экономических реформ.

Между тем, в условиях развивающегося рынка конкуренция является неотъемлемой частью взаимоотношений предприятий, производящих одинаковую продукцию или оказывающих одинаковые услуги. Так, академик Л. Абалкин сказал: «Государство должно признать, что если и существует «секрет» рыночной экономики, то он состоит не в частной собственности, а в конкуренции. Конкуренция – это то, что заставляет рыночную экономику работать».

Для получения максимальной прибыли в сфере индустрии красоты, как и в любой другой сфере деятельности, особое значение имеет наличие возможности осуществлять анализ деятельности конкурентов салона красоты.

Таким образом, разработка методики увеличения конкурентоспособности необходима любому предприятию, компании или фирме.

При этом, в границах муниципальных образований или субъектов Российской Федерации в ходе хозяйственной деятельности предприятий развивается конкуренция между производителями одинаковой продукции. Это приводит к повышению конкурентоспособности предприятий и компаний, расположенных в границах субъектов, что, в конечном итоге, обеспечивает высокий уровень развития экономики региона в целом [2].

Цель и задачи исследования

Цель работы состоит в исследовании уровня конкурентоспособности компании и направлений его повышения на примере салона красоты «Алекса».

Для выполнения поставленной цели в работе решены следующие задачи:

- 1) изучить существующие подходы к определению конкуренции и конкурентоспособности;
- 2) дать характеристику основным элементам систем управления конкурентоспособностью;
- 3) найти методы оценки уровня конкурентоспособности в сфере индустрии красоты и определить пути их совершенствования.

Методы исследования

По мнению экономистов С. Клименко и М.И. Тертышника: «Методологической основой управления конкурентоспособностью предприятия являются концептуальные положения современной экономической и управленческой теории, в частности, ключевые положения теории рынка, теории конкуренции и конкурентных преимуществ, а также базовые принципы и прикладные инструменты, наработанные в рамках современных управленческих подходов, в частности, процессного, системного, ситуационного» [6].

Полученные результаты

В нашей стране по мере изменения социальных ценностей индустрия красоты начала быстро развиваться и специализироваться. С другой стороны, можно утверждать, что отечественная индустрия красоты имеет ограниченную глобальную конкурентоспособность из-за низкой международной осведомленности, отсутствия глобализации бренда, небольшой отраслевой структуры и отсутствия системы поддержки за рубежом.

Проводя современный стратегический анализ, известный экономист Р.М. Грант считает: «Проблема конкурентоспособности компаний в нашей стране относится к развивающемуся недефицитному рынку с активным конкурентным взаимодействием предприятий между собой. При этом, конкурентоспособность компаний зависит от стадий и продолжительности жизненных циклов конкретных товаров и услуг, производимых этими компаниями» [1; 7].

В настоящее время активно развивается экономика страны, одновременно динамично развиваются и рыночные процессы, которые порождают интенсивную конкуренцию, финансово-экономическое развитие компаний, а также дальнейшее развитие сервиса и услуг, в том числе индустрии красоты. При этом, в ходе конкуренции между предприятиями кроме внешних факторов, на вероятность появления конкурентных преимуществ, часто оказывают влияние факторы, находящиеся внутри предприятия.

При анализе конкурентоспособности предприятия или компании в качестве объектов сравнения выбираются те предприятия, которые имеют близкие производственные характеристики и объемы производства, а также занимаются выпуском одинаковой продукции (товаров или услуг). Кроме того, находясь на территории одного региона, они конкурируют с исследуемой компанией наибольшим образом.

При выборе объектов сравнения берутся во внимание следующие основные параметры:

1) Сегментация рынка. При этом понимается, что предприятия, производящие одинаковую продукцию или предоставляющие одинаковые услуги, конкурируют между собой, так как работают на одном рынке. Между тем, нельзя забывать о том, что не всегда имеет смысл сравнение конкурентов, которые продают результаты своего труда разным группам потребителей.

2) Ассортимент продукции. В данном случае имеет место сравнение компаний, предприятий и фирм, производящих одинаковую продукцию (товары, работы) или реализующих конкурирующие услуги.

3) Масштабы конкурентов. Здесь сравнению подлежат конкурирующие предприятия, имеющие близкие по объему производственные мощности и одинаковые объемы реализации продукции. Так, например, не имеет смысла сопоставлять ателье по пошиву верхней одежды со швейной фабрикой.

По результатам проведенного анализа деятельности предприятия при идентификации основных его конкурентов осуществляется конкурентоспособности, что является основой для разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности рассматриваемой компании.

Между тем, как пишет экономист Т.В. Темякова: «Оценка конкурентного статуса компании является отправной точкой разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности компании и, в то же время, критерием результативности этих мероприятий» [5].

Таким образом, с процедуры оценки конкурентоспособности начинается анализ деятельности предприятия, далее разрабатываются мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности и, уже после, оцениваются результаты проведенных мероприятий. В результате, чем чаще осуществляется оценка конкурентоспособности предприятия, тем лучше оно работает и более качественную продукцию производит.

Так, экономист Т.В. Разуваева сказала: «Оценка конкурентоспособности фирмы, с одной стороны, является «барометром», отражающим актуальность оптимизации бизнес-процессов, а с другой - «компасом», который показывает, в каком направлении следует выявлять сильные и слабые стороны предприятия» [4].

Заключение

В качестве заключения можно сказать, что конкурентоспособное предприятие – это стабильно работающее предприятие, имеющее эффективное производство, которое достигло высоких показателей в своей хозяйственной деятельности и имеет преимущественный спрос на результаты своего труда по сравнению с конкурентами.

После оценки конкурентных преимуществ предприятия, разрабатываются мероприятия, направленные на обеспечение его стабильной работы и получение устойчивого положения на рынке, с исключением факторов, оказывающих негативное действие на работу предприятия.

Кроме того, создается система управления конкурентоспособностью компании, которую О.Л. Пелявский называет: «совокупность объектов и субъектов оценки конкурентоспособности, задействованных по определенным принципам». Грамотно созданная система управления конкурентоспособностью позволяет предприятию обеспечить стабильный спрос на выпускаемую им продукцию и оказываемые услуги.

Список использованной литературы

1. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. – Санкт-Петербург, 2020. – 560 с.
2. Пелявский О.Л. Конкурентное преимущество. – Москва : Альпина бизнес букс, 2020. – 75 с.
3. Поляничкин Ю.А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий / Ю.А. Поляничкин // Проблемы экономики и юридической практики. – 2021. – №. 3. – С. 191–194.
4. Разуваева Т.А. Повышение конкурентоспособности предприятия в условиях современной России / Т.А. Разуваева // Вестник науки и образования. – 2020. – №. 2-2 (80). – С. 32–36.
5. Темякова Т.В. Модель управления конкурентоспособностью предприятия / Т.В. Темякова // Научно-методический электронный журнал «Концепт» – 2021. – С. 2481–2485.
6. Тертышник М.И. Оценка уровня конкурентоспособности предприятий производственной сферы / М.И. Тертышник // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10, № 4 (37). – С. 263–266.
7. Тертышник М.И. Финансовые аспекты управления стоимостью компании / М.И. Тертышник // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9, № 1 (30). – С. 337–340.

Информация об авторах

Тертышник Михаил Иванович – кандидат экономических наук, доцент, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: mtertyshnik@yandex.ru.

Соколова Ольга Игоревна – магистрант, кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: 99_olga00@list.ru.

Authors

Mikhail I. Tertyshnik – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: mtertyshnik@yandex.ru.

Olga I. Sokolova – Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: 99_olga00@list.ru.

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА ПАРАМЕТРОВ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ФОРМАХ МАЛОГО БИЗНЕСА В 2025 ГОДУ

Аннотация. Для малого бизнеса, использующего упрощённую систему налогообложения (УСН), с 01.01.2025 года вступят в силу новые правила налогообложения. В статье рассмотрены новые правила применения УСН. В связи с тем, что экономические субъекты, использующие УСН становятся плательщиками НДС, разработана и предложена модель выбора ставки налога на добавленную стоимость (НДС). Определены количественные нормы эффективности выбора ставки 20 %, против ставки 5 % (7 %). В чем и заключается новизна приведенного материала.

Ключевые слова: малый бизнес, экономический субъект, упрощённая система налогообложения (УСН), налог на добавленную стоимость (НДС), ставка НДС, условия выбора ставки НДС.

M.B. Solsky

THE PROBLEMS OF CHOOSING THE PARAMETERS OF TAXATION IN THE ORGANIZATIONAL FORMS OF SMALL BUSINESS IN 2025

Abstract. For small businesses using the simplified taxation system (USN), the new tax rules will come into force on 01.01.2025. The article discusses the new rules for the use of the STS. Due to the fact that business entities using the USN become VAT payers, a model for choosing the value added tax (VAT) rate has been developed and proposed. Quantitative norms of the effectiveness of the choice of a rate of 20 % against a rate of 5 % (7 %) have been determined. This is the novelty of the above material.

Keywords: small business, business entity, simplified taxation system (USN), value added tax (VAT), VAT rate, conditions for choosing the VAT rate.

Введение

Для малого бизнеса, использующего упрощённую систему (УСН) налогообложения, с 01.01.2025 года вступят в силу новые правила налогообложения.

Во-первых, расширяется область применения УСН:

1. Верхняя планка доходов, при превышении которой субъект теряет право на применение УСН, повысится до 450 миллионов рублей (ранее было 200 миллионов рублей).

2. Остаточная стоимость основных средств, при превышении которой субъект теряет право на применение УСН, повысится до 200 миллионов рублей (ранее было 150 миллионов рублей).

3. Средняя численность работников, при превышении которой субъект теряет право на применение УСН, повысится до 130 человек (ранее было 100 человек).

4. При переходе с общей системы налогообложения (далее ОСНО) на УСН повышен запретительный уровень по доходам: доходы за 9 месяцев не должны превышать 337,5 миллионов рублей (ранее было 112,5 миллионов рублей);

С 2025 года отменяются повышенные ставки при «превышении лимита по доходам» [1]. Напомним, что с 2021 года действовало правило: при превышении годового дохода 150 млн руб. вплоть до 200 млн руб. использовались повышенные ставки. А именно: 8 % при объекте налогообложения «доходы» и 20 % при объекте налогообложения «доходы минус расходы». И только при достижении дохода 200 млн руб., субъект «слетал с упрощенки». По новым правилам с 2025 года будут применяться только базовые ставки по УСН: 6 % при объекте налогообложения «доходы» и 15 % при объекте налогообложения «доходы минус расходы».

Не изменятся два условия применения УСН:

1. Отсутствие филиалов у компании;
2. Доля участия в уставном капитале других юридических лиц должно быть менее 25 %.

Цель и задачи исследования

Разработка экономико-математической модели выбора ставки НДС максимизирующей финансовый результат субъекта, применяющего УСН.

Метод исследования: математическое моделирование

Полученные результаты

Самым важным нововведением 2025 года является признание экономических субъектов, использующих УСН, плательщиками налога на добавленную стоимость (ФЗ № 176 от 12.07.2024) [2]. При этом предусмотрено освобождение экономического субъекта, использующего УСН, от обязанностей платить НДС, если сумма его доходов за предыдущий год не превысит в совокупности 60 миллионов рублей. Таким правом обладали только плательщики единого сельскохозяйственного налога. Теперь это право распространяется на УСН.

Так же освобождением от обязанности платить НДС смогут воспользоваться вновь созданные организации или индивидуальные предприниматели, заявившие, что они будут использовать УСН. Отметим, что для получения освобождения от обязанности платить НДС для вновь созданных экономических субъектов, использующих УСН, предпринимать какие-либо специальные действия не нужно.

Если экономический субъект, применяющий УСН планирует получать доход более 60 млн в год, то ему предоставляется право выбора ставки НДС:

1. 20 % (10 %) с правом применения вычетов НДС по покупкам;
2. 5 % (при доходах менее 250 млн руб.) или 7 % (при доходах выше 250 млн руб., но не выше 450 млн руб.). В этом варианте у субъекта нет права на вычеты по НДС, а входящий НДС можно будет включать в расходы (это касается УСН с объектом налогообложения «доходы минус расходы»).

И так стоит задача: перед нами два варианта ставки НДС и надо выбрать какую применять. Этот выбор необходимо подтвердить заявлением в ИФНС до 01.01.2025 года. Чтобы выбор был обоснованным, мы разработали специальную модель

Обозначим за X – выручку компании.

Введём коэффициент K_1 – доля затрат в общем объёме выручки. $K_1 = 0 \dots 1$. Но это – теоретически.

Практически $K_1 = 0,3 \dots 1$ или даже выше. Понятно, что, если K_1 выше 1 – будут убытки. Реально диапазон находится в пределах $K_1 = 0,3 \dots 0,7$.

Также введём коэффициент K_2 – доля НДС-ых расходов в общем объёме расходов.

$K_2 = 0 \dots 1$. Это – тоже теоретически. На практике же $K_2 = 0 \dots 0,8$.

Почему такое может быть? Потому, что есть зарплата.

Что нас интересует?

Нас интересует финансовый результат (доходы минус расходы).

Если выручка компании – X , то доходы компании рассчитываются как выручка без НДС.

$$\text{Доход} = \frac{\text{Выручка}}{\text{НДС}} \quad (1)$$

Для первого варианта, когда НДС 20 %, финансовый результат рассчитывается следующим образом:

$$\frac{X}{1,2} - \frac{X \cdot K_1 \cdot K_2}{1,2} - X \cdot K_1 \cdot (1 - K_2) \quad (2)$$

После несложных преобразований получим:

$$\frac{(X - 1,2 \cdot X \cdot K_1 + X \cdot K_1 \cdot K_2)}{1,2} \quad (3)$$

Теперь рассчитаем финансовый результат для варианта 2, когда НДС 5 %.

$$\frac{X}{1,2} - X \cdot K_1 \quad (4)$$

Вопрос: когда финансовый результат, при НДС 20 % будет больше, чем при НДС 5 %?

$$\frac{(X - 1,2 \cdot X \cdot K_1 + X \cdot K_1 \cdot K_2)}{1,2} > \frac{(X - 1,05 \cdot X \cdot K_1)}{1,2} \quad (5)$$

Преобразовав формулу получим:

$$K_1 \cdot K_2 > 0,714 \quad (6)$$

Напомним, что произведение $K_1 \cdot K_2$ – это доля расходов с НДС в общем объёме доходов.

Таким образом, финансовый результат при НДС 20 % больше финансового результата при НДС 5 % только тогда, когда доля расходов с НДС выше 71,43 %.

Т.е. доля расходов без НДС менее 28,5 %.

В остальных случаях выгоднее применять ставку НДС 5 %. Но это при уровне доходов менее 250 млн руб.

А для уровня доходов выше 250 млн руб. и соответственно ставке НДС 7 %, ограничения следующие:

$$K_1 \cdot K_2 > 0,92 \quad (7)$$

Здесь зарплата в общем объёме расходов должна составлять менее 8 %.

Выводы

Использование ставки НДС 20 % целесообразно только в одном случае, если доля расходов с НДС выше 71,43 % от выручки. Или, что тоже самое, доля расходов без НДС меньше 28,57 % от выручки.

И это при сравнении со ставкой НДС 5 % (уровень доходов меньше 250 млн руб. в год).

При уровне доходов более 250 млн руб. в год и соответственно ставке НДС 7 %, использование ставки НДС 20 % целесообразно, если доля расходов с НДС выше 92 %. Т.е. никогда.

Список использованной литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая), с изменениями, вступающими в силу с 01.01.2025 г.
2. Федеральная налоговая служба. – URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/> (дата обращения: 14.11.2024).
3. Журнал Главбух. – URL: <https://e.glavbukh.ru> (дата обращения: 15.11.2024).
4. КонсультантПлюс. – URL: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 16.11.2024).
5. Главная книга бухгалтера. – URL: <https://glavkniga.ru> (дата обращения: 16.11.2024).

Информация об авторе

Сольский Максим Борисович – аспирант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: msolsky@yandex.ru.

Научный руководитель

Шуплецов Александр Федорович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: shupletsovAF@bgu.ru.

Author

Maxim B. Solsky – PHD Student, Department of Business Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: msolsky@yandex.ru.

Scientific supervisor

Aleksandr F. Shupletsov – D.Sc. in Economics, Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: shupletsovAF@bgu.ru.

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ В ВЕТЕРИНАРНЫХ КЛИНИКАХ

Аннотация. В статье выявляются основные проблемы подготовки студентов ветеринарных университетов для практической работы в ветеринарных клиниках, занимающихся лечением мелких домашних животных. Раскрываются причины возникновения данных проблем. Для решения выявленных проблем предлагаются разработанные для университетов и частных ветеринарных клиник рекомендации, основанные на сотрудничестве университетов, компаний, работающих на ветеринарном рынке и частных ветеринарных клиник, академической науки и практикующих ветеринарных врачей при более активном применении практико-ориентированного подхода к обучению студентов с целью повышения эффективности использования ресурсов ветеринарных клиник и повышению качества предоставляемых ими услуг.

Ключевые слова: ветеринарный врач, обучение специалистов в ветеринарии, студенты ветеринарных ВУЗов, мелкие домашние животные, животные компаньоны, ветеринарные клиники.

G.R. Stepanov

PROBLEMS OF PREPARING STUDENTS FOR PRACTICAL WORK IN VETERINARY CLINICS

Abstract. The article identifies the main problems of training veterinary university students for practical work in veterinary clinics dealing with the treatment of pets. The causes of these problems are revealed. To solve the identified problems, recommendations developed for universities and private veterinary clinics are proposed, based on the cooperation of universities, companies operating in the veterinary market and private veterinary clinics, academic science and practicing veterinarians with a more active application of a practice-oriented approach to student education.

Keywords: veterinarian, training of specialists in veterinary medicine, students of veterinary universities, pets, companion animals, veterinary clinics.

Введение

Высшие учебные заведения (ВУЗы), которые занимаются подготовкой специалистов для ветеринарной отрасли в Российской Федерации, в основном готовят специалистов для агропромышленного комплекса и продовольственной безопасности. Не смотря на большую потребность рынка и желания самих студентов, ВУЗы практически не выпускают специалистов для работы в ветеринарных клиниках, оказывающих услуги мелким домашним животным [1]. При этом подготовкой специалистов для работы в службе интерфейса в ветеринарных клиниках на сегодня не занимаются ни государственные, ни частные образовательные учреждения [2]. Все это приводит к большому дефициту специалистов по работе с мелкими домашними животными, особенно учитывая тот факт, что качество выпускаемых ветеринарных врачей не устраивает их будущих работо-

дателей и для того, чтобы врач смог заниматься после окончания ВУЗа самостоятельным приемом, его необходимо дообучить как с практической, так и теоретической точек зрения.

Цель и задачи исследования

Целью исследования является выявление основных проблем подготовки студентов ветеринарных ВУЗов для практической работы в ветеринарных клиниках, занимающихся лечением мелких домашних животных.

Задачи исследования: провести анализ существующих проблем подготовки студентов ветеринарных ВУЗов и предложить решения для более эффективной подготовки студентов к самостоятельной работе в клиниках, оказывающих услуги мелким домашним животным с целью повышения качества оказываемой ветеринарной услуги и сокращения затрат на подготовку персонала в клиниках.

Методы исследования

В целях проведения исследования использовался метод опроса и метод экспертных оценок.

Полученные результаты

В рамках проводимых Ассоциацией практикующих ветеринарных врачей в различных ветеринарных ВУЗах «Диалогов о профессии с доктором Середой» со студентами первого и второго курса, обучающихся по профессии ветеринарный врач проводились опросы с целью выяснить, где после окончания ВУЗа планирует работать студент. В крупных городах процент студентов, которые планируют в дальнейшем работать с мелкими домашними животными достигает 70–80 %, а в региональных ВУЗах колеблется от 20 до 50 %. Тем не менее существует большое количество проблем, которые мешают подготовить высококлассных специалистов по лечению мелких домашних животных. Основные проблемы описаны в статье Г.Р. Степанова «Влияние практической подготовки ветеринарных врачей на экономическую эффективность работы ветеринарной клиники». [3] Выделяются следующие проблемы:

- пропуски занятий студентами;
- недостаток квалифицированных педагогических кадров;
- недостаточное внимание, которое уделяется организации и проведению практических занятий;
- устаревшая материально-техническая база;
- отсутствие собственной университетской клиники;
- отсутствие взаимодействия между ВУЗами и частными ветеринарными клиниками в вопросах обучения, практики, контроля качества усвоения теоретического материала и т.п.

Все эти проблемы в настоящее время не позволяют подготовить за время обучения в ВУЗе специалиста по мелким домашним животным, которого по окончании ВУЗа работодатель сможет сразу поставить на самостоятельный при-

ем пациентов в ветеринарной клинике, поскольку подготовленный специалист не отвечает критериям качества [4]. В результате работодатель вынужден доучивать выпускников ВУЗов и доплачивать за их обучение еще как минимум в течение нескольких месяцев, а в ряде случаев в течение нескольких лет, чтобы обеспечить приемлемое качество оказанных ветеринарных услуг [5; 6].

Для решения выявленных проблем подготовки студентов к самостоятельной практической работе в ветеринарных клиниках, занимающихся лечением мелких домашних животных, были разработаны рекомендации, которые рекомендуется принять к исполнению как ВУЗам, так и частным ветеринарным клиникам:

– Университетам разработать и совместно с ветеринарными клиниками, привлекающих студентов к работе, проводить среди студентов разъяснительную работу по установлению требований к теоретической подготовке, недопустимости пропуска занятий и образования академической задолженности. Неуспевающие студенты не должны привлекаться к работе в ветеринарной клинике.

– Университетам стараться создать условия и возможности для работы со студентами, ведущим практикующим ветеринарным врачам, работающим в частных ветеринарных клиниках, а ветеринарным клиникам не препятствовать этим врачам сотрудничать с университетами.

– Университетам уделить больше внимания декларируемому ими практико-ориентируемому подходу в обучении студентов, качественно организовывать практические занятия, в том числе и на базе частных ветеринарных клиник, имеющих для этого необходимые условия.

– Университетам развернуть работу по привлечению компаний, выпускающих медицинское, лабораторное, диагностическое оборудование, фармпрепараты, корма и т.п. к улучшению качества учебного процесса путем приобретения или прямой спонсорской поставки необходимого для учебного процесса оборудования.

– Университетам, занимающимся подготовкой специалистов для мелких домашних животных, организовать работу собственной ветеринарной клиники с учетом практической работы в ней существующих преподавателей, а так же стараться привлечь к работе в ней лучших практикующих врачей из частных клиник, в том числе не на постоянной основе, а тем университетам, которые не имеют собственной клиники запланировать ее открытие, а до момента ее открытия предоставить возможность практической работы в частных ветеринарных клиниках.

– Университетам и частным ветеринарным клиникам, при содействии общественных или профессиональных организаций, например Ассоциации практикующих ветеринарных врачей, организовать постоянно действующую комиссию по вопросам подготовки студентов для практической работы в ветеринарных клиниках, оказывающих услуги мелким домашним животным и животным компаньонам.

– Вопросы качественного образования, решения возникающих проблем в отрасли, взаимодействия академической науки и практикующих специалистов обсуждать в рамках проводимых научно-практических конференций,

например, в рамках Московского международного ветеринарного конгресса, Московского практического форума «Компаньон», Петербургских ветеринарных ассамблей и др.

Выводы

Сотрудничество университетов, компаний работающих на ветеринарном рынке и частных ветеринарных клиники, академической науки и практикующих ветеринарных врачей при более активном применении практико-ориентированного подхода к обучению студентов позволит добиться необходимых качественных изменений обучении в подготовке студентов для практической самостоятельной работы в ведущих ветеринарных клиниках, предъявляющих высокие требования к ветеринарным специалистам, работающим в этих клиниках, что приведет к большей эффективности использования ресурсов ветеринарных клиник и повышению качества предоставляемых ими услуг.

Список использованной литературы

1. Дмитриев А.Ф. Проблемы подготовки ветеринарных врачей и пути их решения / А.Ф. Дмитриев, А.М. Ермаков // Ветеринарная патология. 2011. № 1-2 (36). – С. 9–12. EDN NZAUID.
2. Степанов Г.Р. Подготовка сотрудников для службы интерфейса ветеринарной клиники с целью повышения качества ветеринарной услуги / Г.Р. Степанов // Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе : материалы 6-й междунар. науч.-практ. конф. (г. Иркутск, 23 нояб. 2023 г.). – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2024. – С. 222–225. – EDN HMZWRU.
3. Степанов Г.Р. Влияние практической подготовки ветеринарных врачей на экономическую эффективность работы ветеринарной клиники / Г.Р. Степанов // Московский экономический журнал. – 2024. – Т. 9, № 6. – С. 364–376. – DOI 10.55186/2413046X_2024_9_6_297. – EDN CZUBEY.
4. Качество ветеринарных услуг. Л.А. Федык, И.С. Пундель, Г.С. Гусева, Н.А. Ульянченко, О.Б. Крупина. Компетентность / Competency (Russia) 7/2022 DOI: 10.24412/1993-8780-2022-7-37-41.
5. Гайдай Р.Р. Достижение высоких показателей качества продукции в современных условиях / Р.Р. Гайдай, В.В. Трубочанин, Р.Д. Хусаинов, О.В. Дымченко // Современная экономика и управление: новые вызовы и возможности : сб. науч. трудов / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Донской государственный технический университет. – Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2023. – С. 77–83. – EDN TTNEJT.
6. Межевов А.Д., Степанов Г.Р. Роль персонала в повышении эффективности ветеринарных услуг обслуживания мелких домашних животных / А.Д. Межевов, Г.Р. Степанов // Вестник МИРБИС. – 2023. – № 4 (36). – С. 105–112. – DOI 10.25634/MIRBIS.2023.4.13. – EDN AISWFZ.

Информация о авторе

Степанов Геннадий Романович – аспирант НОЧУ ВО МФПУ «Синергия», г. Москва, Российская Федерация, e-mail: stepanovgr@mail.ru.

Author

Gennadiy R. Stepanov – postgraduate student, Synergy University, Moscow, the Russian Federation, e-mail: stepanovgr@mail.ru.

АНАЛИЗ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ КАК СФЕРЫ ДОСУГА НАСЕЛЕНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ВЫЗОВЫ

Аннотация. В работе рассмотрен рынок общественного питания в России как важная составляющая сферы досуга и развлечений, играющая одну из ключевых ролей в экономическом благополучии страны. Также выявлено, что в последние годы наблюдается значительное изменение в предпочтениях потребителей. Данное явление обуславливается общей модернизацией и трансформацией образа жизни населения Российской Федерации. Приводящийся анализ оценивает текущие тенденции, ключевые компоненты рынка, а также факторы, влияющие на его развитие. Основное внимание в работе уделяется следующим аспектам: сегментация рынка (рестораны, кафе, фастфуд, бары и другие виды точек общественного питания), потребительское поведение (изменение предпочтений клиентов, влияние экономических факторов на выбор мест общественного питания), прогноз дальнейшего развития.

Ключевые слова: рынок общественного питания, сфера досуга, туризм, санкции, пандемия, тенденции развития, образ жизни.

A.S. Stepin,
I.N. Lyamtseva

ANALYSING THE CATERING MARKET IN RUSSIA AS A LEISURE SECTOR: TRENDS AND CHALLENGES

Abstract. The paper considers the catering market in Russia as an important component of the sphere of leisure and entertainment, which plays one of the key roles in the economic well-being of the country. It is also revealed that in recent years there has been a significant change in consumer preferences. This phenomenon is caused by the general modernisation and transformation of the lifestyle of the population of the Russian Federation. This analysis assesses current trends, key market components, and factors influencing its development. It focuses on the following aspects: market segmentation (restaurants, cafes, fast food, bars and other types of catering outlets), consumer behaviour (change in customer preferences, influence of economic factors on the choice of catering outlets), and forecast of future development.

Keywords: catering market, leisure sector, tourism, sanctions, pandemic, development trends, lifestyle.

Введение

Предприятия общественного питания уже давно занимают одно из лидирующих мест в сфере обслуживания. Их роль определена характером и количеством потребностей, удовлетворяемых данной отраслью, в обществе на нынешнем этапе его развития.

Ранее люди считали, что данные места служат исключительно для гастрономических нужд населения. Однако посещение различных предприятий общественного питания превращается в некий атрибут статуса человека и норму на-

шей повседневной жизни. Уже сейчас можно заметить, что данный вид бизнеса не столько продает еду и напитки, сколько эмоции и возможность хорошо провести время. Конкурентная среда вынуждает предприятия общественного питания предлагать своим потенциальным клиентам разноформатные услуги развлечения, превосходящие предложения конкурентов.

Именно поэтому сектор общепита становится одним из ключевых в сфере досуга. Он развивается по мере того, как растет интерес населения к «цивилизованному отдыху». За последние 4 года оборот общественного питания в целом и на душу населения в России вырос приблизительно в 2 раза [1]. В 2024 году ожидается дальнейший рост и выход на российский рынок новых игроков (как отечественных, так и зарубежных). Число покупок в заведения общественного питания выросло на 8 % (сравнение за январь 2024/2023) [2]. В свою очередь, объем рынка кафе и ресторанов в России в 2023 году составил приблизительно 3,46 млрд заказов, что на 12 % больше чем в 2022 году [3]. Перспективы развития данного сектора в России одни из самых многообещающих, что обуславливает его изучение.

Цель и задачи исследования

Основная цель данного исследования заключается в проведении комплексного анализа рынка общественного питания в России, рассматривая его как одну из ключевых сфер досуга населения. Это поможет выявить текущие тенденции, проблемы и перспективы развития сектора.

Исходя из цели, были поставлены следующие задачи:

- сбор и анализ данных о текущем состоянии рынка общественного питания в России;
- исследование основных типов заведений общественного питания;
- исследование факторов, влияющих на конкурентоспособность заведений общественного питания;
- изучение экономического вклада сектора общественного питания в экономику страны;
- исследование социальной значимости общественного питания как части досуга населения;
- выявление текущих тенденций и инноваций в сфере общественного питания;
- оценка перспективных направлений и возможностей для развития рынка;
- прогнозирование изменений на рынке на ближайшие годы.

Методы исследования

В ходе исследования для оценки наблюдаемых параметров, характеризующих социально-экономическое положение рынка общественного питания в России, используется эконометрический метод сводки и группировки показателей. Интерпретация динамического ряда показателей осуществляется с применением такого метода экономического анализа, как сравнение. Приводится контент-анализ материалов СМИ, социологический анализ (общественных мнений и трендов) данной сферы досуга населения. Реализуется метод прогнозирования для выявления тенденций, что позволяет сформировать целостное представление о

текущем состоянии и возможных перспективах развития данного рынка. Дополняются выводы при помощи логических методов установления причинных связей между явлениями и их следствиями.

Полученные результаты

Рынок общественного питания в России из года в год показывает устойчивую динамику роста. Данную тенденцию обуславливают множество факторов, включающих увеличение доходов населения, развитие удобных форматов обслуживания и рост интереса к здоровой пище. В настоящее время свою лепту также внесли новые технологии, благодаря которым стало возможным разнообразить и усовершенствовать меню предприятий быстрого питания. Изменившиеся предпочтения потребителей и их стремление к более быстрому и удобному питанию также способствовали росту данного сектора. Отличительной чертой, сформировавшейся на протяжении длительного промежутка времени, современного рынка общественного питания в России является его многообразие и широкий охват практически всех целевых групп потребителей: по уровню доходов, социальному статусу, интересам, возрасту и полу. Богатый спектр концепций и форматов привлекают все большую аудиторию.

Однако стоит учитывать заметное снижение показателей (падение оборота в целом по стране на 21 % в сравнении с 2019 годом), произошедшее в 2020 году на фоне пандемии, которая привела к глобальным ограничениям, локдаунам и закрытию многих малых предприятий (таблица 1). Она стала глобальной проблемой для всех сфер жизни человека. Что касается рынка общественного питания, то активное развитие данной отрасли произошло уже в 2021 году. Основными драйверами роста в данный период стали: накопленный спрос (желание населения «выйти в свет»), сезонность, наличие свободной инфраструктуры (ее заняли новые или более опытные игроки). Увеличение производительности, улучшение налоговых режимов, постепенное восстановление оборотов также создали реальные предпосылки к восстановлению. Продолжающийся рост показателей с положительной динамикой в 2022 году говорит о восстановлении и дальнейших перспективах роста. И в конечном итоге уже в 2023 году оборот общественного питания рынка составил 2 868 375 млн рублей, что свидетельствует о росте в 57,2% за последние 5 лет [1]. Индекс физического объема и количество заказов в кафе и ресторанах также показывают восходящую тенденцию в представленном секторе. Но при этом затруднительно еще сказать, что произошло полное восстановление до уровня 2019 года.

Оборот общественного питания в Российской Федерации

Год	2019	2020	2021	2022*	2023*
На душу населения (руб.)	12 340	9 799	13 119	16 019	19 606
В целом по стране (млн руб.)	1 825 050	1 447 413	1 931 411	2 350 147	2 868 375

Год	2019	2020	2021	2022*	2023*
Индекс физического объема (в сопоставимых ценах к предыдущему году, %)	104,9	77,6	126,8	107,6	113,9
Количество заказов в кафе и ресторанах (млрд)	2,86	2,19	2,77	3,1	3,46
* – без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям.					

Примечание: составлена по данным [1; 3].

В то же время количество заведений общепита за последние два года (с 2022 по 2023 гг.) выросло до 191,3 тыс. компаний (открылось 78 тыс., а закрылось 61,6 тыс. организаций) [4]. При этом больше возникло именно в 2023 году (на 11,7 % больше, чем в 2022 году). Можно сказать, что прошлый год оказался для общепита куда более удачным: если в 2022 году отрасль приросла на 2,9 %, то в 2023 году – уже на 6,5 % [4].

Структура общественного питания в России на момент 2022 года состояла из следующих компонентов: рестораны, кафе, бары – 49 %; столовые в образовательных учреждениях, организациях, предприятиях – 33 %; столовые, закусочные – 18 % [1]. Лидерство во втором сегменте принадлежит именно школьным столовым. Это связано с масштабной программой, которая реализовывалась в них с 2010 года по 2020 год, совершенствования питания учащихся в соответствии с Государственной политикой в области здорового питания, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 25.10.2010 № 1873-р. Если рассматривать заведения, которые занимают самую большую долю в структуре общественного питания, то ресторанов в России больше чем баров и кафе (рестораны – 78,5 %, кафе – 15,8 %, бары – 5,7 %) [5].

Число потребителей услуг общественного питания в стране на момент 2022 года достигло 123 млн человек [6]. Значения показателя в 2018–2021 гг. колебались в промежутке от 111 млн человек (2020 год) до 120 млн человек (2018 и 2022 года). Существенный вклад в рост рынка внесло изменение в модели потребления россиян [6]. Происходит ускорение ритма жизни населения, которое становится характерным для крупных городов (особенно в условиях урбанизации). Это делает актуальным быстрые перекусы в заведениях общественного питания. От данного фактора в особенности выигрывает сегмент фастфуд. В виду технологических инноваций и желания владельцев расширить сферу своего влияния активно растет число клиентов, пользующихся доставкой готовой еды. Можно констатировать значительный рост в начале 2024 года по данному сегменту: количество заказов увеличилось на 22 % (в сравнении с аналогичным периодом 2023 года) [7].

Расходы населения на рынке общественного питания России на момент начала 2024 года выросли в целом на 8 % (в сравнении с 2023 годом), а средний

чек в заведениях составил 931 рубль (на 11 % выше, чем в 2023 году). На данный момент фиксируется увеличение всех ценовых показателей в рассмотренных заведениях: рестораны и бары – рост составляет 10 % за год (средний чек 1340 рублей); кафе и столовые – рост составляет 11 % за год (средний чек 720 рублей); фастфуд – рост составляет 11 % за год (средний чек 463 рублей) [2]. Сегмент доставки готовой еды в начале 2024 года показал, что средний чек стал меньше на 9 % и составил 1040 рублей [7]. Число покупок по сравнению с 2023 годом в самих заведениях показало повсеместное увеличение: рестораны и бары – рост на 9 % за год; кафе и столовые – рост на 6 % за год; фастфуд – рост на 7 % за год [2]. Интересным явлением стало то, что наибольший рост количества транзакций наблюдается в барах (рост на 39 % с начала 2024 года) [7].

Одним из популярных мест времяпрепровождения среди населения нашей страны становятся бары различной направленности. О заинтересованности общества говорит не только рост количества баров в России с начала 2023 года на 4,7 % (в январе насчитывалось 10 148 заведений, а в августе 2023 года – 10 626), но и общее количество посещений (в 2024 году примерно на 37 % чаще) данного вида заведений [1; 4]. Ведь «пропустить стаканчик» после работы, «посидеть» с друзьями, отпраздновать важный день – это поводы для многих людей отправиться именно в данное заведение. К тому же уже сейчас можно заметить рост «барных улиц» среди многочисленных городов нашей страны.

Эволюция системы общественного питания и образ жизни населения являются взаимозависящими. Ведь ранее встречи родных и друзей часто происходила за домашним столом, а сейчас застолье все чаще переносится в кафе, бары и рестораны. В условиях ускорения повседневной жизни людей это становится удобным способом сохранить время, так как человек освобождается от кухонных обязанностей и перераспределяет суточное время в пользу других активностей. Заведения общественного питания сейчас становятся именно точками для семейного отдыха, праздников различной направленности.

К драйверам роста числа клиентов общепита в 2022-2023 гг. относится наращивание внутреннего туризма. Это произошло из-за ограничений на въезд, которые были введены странами ЕС. Путешествуя по России, население стало все чаще посещать рестораны и кафе, которые нередко были частью программ для туристов. Благодаря популяризации внутреннего туризма произошло открытие новых заведений общественного питания в популярных туристических регионах.

Особенностью рынка общественного питания в России является его функционирование в условиях экономических санкций, которые были введены недружественными странами с 2014 года и заметно усилились в 2022 году. Примечательно, что 2022 год не привел к новому обвалу. Однако на тот момент аналитики придерживались весьма пессимистических прогнозов на фоне геополитической ситуации вокруг нашей страны. К тому же были «первые звонки», чтобы сделать подобные оценки: большой отток населения и снижение потока клиентов заведений общественного питания в первом полугодии 2022 года. Несмотря на нега-

тивное влияние санкций и пессимистичные ожидания многих игроков, выручка рынка продолжила расти в виду обстоятельств, которые были озвучены ранее.

Выводы

Проведенный авторами анализ свидетельствует об устойчивом развитии рынка общественного питания России. Темпы роста отрасли сохраняют относительную стабильность и положительную динамику, несмотря на многочисленные вызовы: санкции, пандемия, СВО и другие. В ходе исследования установлены основные факторы роста оборота на рынке общественного питания России в 2022–2023 гг., которыми стали: рост среднего чека (на фоне увеличения различных издержек заведений), развитие сервисов доставки, изменение пищевого поведения, смена семейного уклада, культура «быстрой еды», рост новых или с обновленным форматом заведений (в том числе это направление развивали сетевые игроки рынка, включая действующие по франшизе точки), популяризация внутреннего туризма. В последние годы наблюдается значительное повышение уровня адаптивности и инновационности среди компаний в секторе. Игроки на рынке активно ищут пути к диверсификации бизнеса, внедряя новые форматы обслуживания и передовые технологии для повышения эффективности и привлекательности заведений.

В условиях повышенной конкуренции и изменяющихся потребительских предпочтений, предприниматели все больше ориентируются на создание уникального клиентского опыта и улучшение качества обслуживания. Это выражается в большем акценте на экологичность и локальные продукты, развитием концепций здорового питания, а также расширением спектра услуг за счет внедрения программ лояльности и персонализированных предложений. Постоянное сотрудничество с местными поставщиками и поддержка отечественного производства позволяет снизить зависимость от импортных товаров, сохраняя привлекательные цены для потребителей. Усилия отрасли направлены на поддержание высокой активности на рынке, стимулирование внутреннего потребления и наращивание клиентской базы.

В прогнозе на ближайшее время (2024–2026 гг.) можно сказать, что рынок общественного питания России продолжит активно развиваться. Ведь все нынешние тенденции только набирают обороты, то есть сфере общепита есть куда расти. Особенно это заметно в региональном аспекте, учитывая увеличение туристического трафика по России. Подчеркнем еще раз, что устойчивый рост, поддержка малого и среднего бизнеса, внедрение современных технологий и улучшение клиентского опыта способствуют положительным изменениям в отрасли. В 2024 году ожидается дальнейшее увеличение оборота и развитие сектора, что будет способствовать общему экономическому росту и улучшению качества жизни населения (оборот заведений общественного питания в России в марте 2024 года вырос на 4,1 % по сравнению с показателем за аналогичный

период прошлого года и составил 260 млрд рублей, а в январе – марте оборот увеличился на 4,6 % – до 747,4 млрд рублей) [8].

Список использованной литературы

1. Розничная торговля и общественное питание / Сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (дата обращения 14.08.2024).

2. Обогрели, накормили / Аналитический ресурс «Чек Индекс» // <https://checkindex.ru> – URL: <https://checkindex.ru/issledovaniya/obogreli-nakormili> (дата обращения: 14.08.2024). – Текст: электронный.

3. Ресторанный рынок России / Информационно-аналитический портал «TAdviser» // www.tadviser.ru. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Ресторанный_рынок_России дата обращения: 14.08.2024). – Текст: электронный.

4. Romir – исследовательский холдинг : [сайт]. – URL: <https://romir.ru> (дата обращения 10.08.2024).

5. Сервис «Контур.Фокус» : [сайт]. – URL: <https://focus.kontur.ru> (дата обращения 10.08.2024).

6. Анализ рынка общественного питания в России в 2019–2023 гг, прогноз на 2024-2028 гг / BusinesStat // <https://businessstat.ru> – URL: https://businessstat.ru/images/demo/food_service_russia_demo_businessstat.pdf (дата обращения: 14.08.2024). – Текст: электронный.

7. Аналитика МТС Банка и YouDo.com: россиян потянуло на сладкое / МТС Банк // www.mtsbank.ru. – URL: <https://www.mtsbank.ru/o-banke/novosti/detail/1150944> (дата обращения 19.08.2024). – Текст: электронный.

8. Социально-экономическое положение России, январь – март 2024 года / Сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-03-2024.pdf> (дата обращения 14.08.2024).

Информация об авторах

Степин Алексей Сергеевич – студент 3-го курса направления подготовки «Экономика», профиль «Финансы и кредит», Брянский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Брянск, Российская Федерация, e-mail: Stepin.q@mail.ru.

Лямцева Ирина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики и экономической безопасности, Брянский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Брянск, Российская Федерация, e-mail: ira_lyamtseva@mail.ru.

Authors

Alexey S. Stepin – 3rd year student of the training direction «Economics», profile «Finance and Credit», Bryansk branch of FSBEI HE «Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation», Bryansk, the Russian Federation, e-mail: Stepin.q@mail.ru.

Irina N. Lyamtseva – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Economics and Economic Security, Bryansk Branch of FSBEI HE «Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation», Bryansk, the Russian Federation, e-mail: ira_lyamtseva@mail.ru.

**М.И. Тагиев,
И.М. Тагиев,
Р.М. Тагиев,
С.А. Кислицин**

ТЕНЕВЫЕ ПЕРЕВОЗКИ ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ В ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация. Автомобильные перевозки лесных ресурсов являются одним из важнейших элементов экономической системы в лесозаготовительной промышленности. Стратегическая цель перевозки продукции лесозаготовительной промышленности автотранспортом – полное и качественное удовлетворение потребности грузоперевозок в лесном секторе экономики и повышение объема грузовых перевозок в целом. Рынок автоперевозок лесозаготовительной продукции в стоимостном выражении – один из самых дорогостоящих из всех отраслей экономики лесного сектора. Авторы приходят к выводу о том, что внедрение системы фиксированной оплаты за провоз лесозаготовительной продукции приводит к снижению масштабов теневой экономики в лесном секторе.

Ключевые слова: лесозаготовительная промышленность, теневые перевозки, контроль, экономика, экология, лесные ресурсы, бюджет.

**M.I. Tagiev,
I.M. Tagiev,
R.M. Tagiev,
S.A. Kislitsin**

SHADOW TRANSPORTATION OF FOREST RESOURCES IN THE LOGGING INDUSTRY (ON THE EXAMPLE OF THE IRKUTSK REGION)

Abstract. Automobile transportation of forest resources is one of the most important elements of the economic system in the logging industry. The strategic goal of transporting logging products by road is to fully and qualitatively satisfy the need for freight transportation in the forestry sector of the economy and to increase the volume of freight transportation in general. The market for road transportation of logging products – in value terms – is one of the most expensive of all sectors of the forestry sector. The authors comes to the conclusion that the introduction of a fixed payment system for the transportation of logging products leads to a decrease in the scale of the shadow economy in the forestry sector.

Keywords: logging industry, shadow transportation, control, economy, ecology, forest resources, budget.

Введение

Актуальность темы связана с низким уровнем контроля над перевозочными процессами лесных ресурсов. Лесозаготовительная промышленность в

России включает в себя заготовку древесины, её вывоз и первичную обработку продукции. Теневые автомобильные перевозки в лесозаготовительной промышленности представляют собой особую проблему, затрагивающую экономику в лесопромышленном комплексе и экологию в целом. Неконтролируемые перевозки леса создают на пути развития лесной отрасли различные непредвиденные ограничения, за счет чего увеличивается объем теневой экономики. Снижение размера теневой экономики в лесозаготовительной промышленности требует дополнительных методов управления в развитии лесной отрасли, что определяет актуальность темы исследования.

Цель и задачи исследования

Основной целью исследования является мониторинг состояния лесовозов и выработка возможных рекомендаций по перевозкам лесных ресурсов. Это предполагает повышение эффективности борьбы с нарушениями автоперевозок, что учитывает интересы государства в лесозаготовительной промышленности. На современном этапе снижение уровня теневой экономики с помощью экономических инструментов требует четкого понимания в противодействии незаконным перевозкам лесных ресурсов.

1. Факторы, влияющие на перевозки лесных ресурсов

Объемы лесозаготовительных работ в целом по России по итогам 2023 г. продолжают падать. Причем значительно упали в сравнении с показателями предыдущего года показатели по наиболее ёмким стратегически важным для лесопромышленного комплекса (далее – ЛПК) лесоматериалам [6]. В связи с этим теневой рынок автоперевозок лесных ресурсов становится все более заметным. Тем не менее объем теневых перевозок продукции лесозаготовительной промышленности не падает. Причинами теневых перевозок являются:

1. *Экономические факторы:* Уменьшение спроса и международные санкции ведет к тому, что некоторые компании интенсивно используют нелегальные схемы для увеличения прибыли.

2. *Отсутствие контроля:* Большая часть лесных массивов и лесопромышленные комплексы в Иркутской области находится в удаленных – северных районах. Отсутствие лесных ресурсов вблизи ЛПК и дорог к лесным ресурсам значительно затрудняет контроль за перевозками древесины. Это подталкивает к использованию теневых схем и способствует увеличению объема теневой деятельности лесоперевозчиков.

3. *Экологические проблемы:* Большие объемы теневых перевозок в Иркутской области приводят к хаотичной вырубке лесов, нарушению экосистем и ухудшению состояния окружающей среды, так как нелегальные рубки не восстанавливаются.

4. *Экономические потери бюджета:* Бюджет теряет налоги и это негативно влияет на финансировании лесного хозяйства.

5. *Конкуренция с легальными автотранспортными компаниями:* Теневой рынок создает дисбаланс, что приводит к снижению дохода и потере рабочих мест «у официалов».

6. *Рост коррупции:* неофициальные взаимодействия между лесозаготовителями и транспортными компаниями создают возможность нарушать законодательство РФ.

2. Особенности и техническое состояние лесовозов

Производительность лесовозного транспорта в Иркутской области и его материальное обеспечение является одним из основных показателей, характеризующих эффективность технологического процесса при заготовке лесных ресурсов. Передвижение автотранспорта европейского производства существенно усложнилось в связи с нехваткой запасных частей в результате санкций [3]. Для определения реального состояния лесовозов, а также и с целью выявления особенностей данных автомобилей, были проведены собственные исследования (наблюдения), которые подчеркивают разницу одних и тех же марок машин при тяжелых условиях работы. Выявлено, что в ЛПК стремятся поддерживать техническое состояние лесовозов при преодолении определенных трудностей. Для этого необходимо своевременно устранить неисправности, учитывая остаточный ресурс лесовоза. Устройство современных европейских лесовозов представляет собой сложную конструкцию, и обслуживание таких транспортных средств обходится значительно дороже, чем отечественных образцов техники. В этих условиях Россия в обеспечении своей национальной, экономической и финансовой безопасности в текущем, среднесрочном периоде и в обозримой перспективе может рассчитывать только на собственные ресурсы, которые должны быть переориентированы на приоритетное внутреннее потребление и обеспечение национальной безопасности [4].

Полученные результаты

Окупаемость вложений в поддержание лесозаготовительной техники всецело зависит от их рационального использования. Лесоперерабатывающая промышленность конкурентоспособна, если рыночные цены на круглые лесоматериалы не превышают некоторый допустимый уровень [2]. От технического состояния лесовозов зависит предельное или среднее расстояние вывозки леса по лесным дорогам. Стоимость транспортировки древесины лесовозами во много раз выше, чем другими видами транспортных средств. Политика и деятельность других отраслей экономики также оказывают влияние на состояние лесного сектора России [1]. При имеющихся прогнозах увеличения спроса на древесину российские лесозаготовители не могут удовлетворить потребности мировой промышленности из-за глубокого кризиса в лесном комплексе [5]. Поэтому поддержка государства должна быть направлена в первую очередь на создание рациональной транспортной схемы и обеспечение эффективного развития лесопромышленного комплекса в России.

Выводы

Теневой автотранспорт для перевозки лесных ресурсов – актуальная и сложная тема и требует комплексного подхода к решению. Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что в России стоит не только увеличивать объем заготовки леса, но и усовершенствовать лесную технику, в том числе автотранспорт. Но также следует отметить, что в ЛПК транспорт является важным инструментом поддержания экономического и социального равновесия, создания условий для выживания бизнеса и населения. Внедрение систем контроля перевозки лесозаготовительной продукции может стать одним из эффективных инструментов для сокращения масштабов теневой деятельности и повышения прозрачности в лесном секторе экономики.

Список использованной литературы

1. Богомолова Е.Ю. Влияние плотности лесных дорог на объем и качество лесопромышленных и лесохозяйственных работ / Е.Ю. Богомолова, Г.В. Давыдова // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2016. – Т. 26, № 2. – С. 284–290.
2. Курьянов В.К. Обеспечение эффективности освоения экономически доступных лесных ресурсов посредством дорожного строительства в условиях реформирования лесного законодательства / В.А. Морковин, В.К. Курьянов // Вестник ТГУ. – 2008. – № 1 (69). – С. 330–333.
3. Нитяго И.В. Проблемы и перспективы развития российского рынка автомобильных запчастей в условиях рынка / И.В. Нитяго, Д.Г. Емельянов // Трансформация потребительского рынка в контексте приоритизации качества и безопасности товаров и услуг : материалы междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Донецк, 2024. – С. 109–113.
4. Самаруха В.И. К вопросу о необходимости усиления роли государства в условиях новой геополитической реальности с целью обеспечения национальной безопасности / В.И. Самаруха, А.В. Самаруха // Журнал Сибирского федерального университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2023. – Т. 16, № 9. – С. 1533–1545.
5. Тагиев М.И. Влияние использования расчетной лесосеки на размер теневой экономики / М.И. Тагиев, И.М. Тагиев // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Экономика. – 2019. – № 3. – С. 86–95.
6. РФ. Итоги п/г 2023 г., ч. 1. Лес онлайн лесная промышленность. Лесозаготовка. – URL: <https://www.lesonline.ru/news/?n=418459> (дата обращения 03.11.2024).

Информация об авторах

Тагиев Михаил Исмаилович – кандидат экономических наук, Академия транспортных технологий, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, e-mail: mikhail.tagiev@mail.ru.

Тагиев Исмаил Мехманович – оперуполномоченный, капитан полиции УВД, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: 580010@mail.ru.

Тагиев Рустам Микаилович – Гимназия № 3 г., г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: istag1808@gmail.com.

Кислицин Сергей Александрович – ФГБОУ СПбГЛТУ им. Кирова, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, e-mail: kislicinsergej827@gmail.com.

Authors

Mikhail I. Tagiev – Candidate of Economic Sciences, GBPOU «Academy of Transport Technologies», St. Petersburg, the Russian Federation, e-mail: mixail.tagiev@mail.ru.

Ismail M. Tagiev – operative officer, captain of the Police Department of Internal Affairs, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: 580010@mail.ru.

Rustam M. Tagiev – Gymnasium No. 3, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: istag1808@gmail.com.

Sergey A. Kislitsin – Saint Petersburg State Forest Technical University named after S.M. Kirova, St. Petersburg, the Russian Federation, e-mail: kislicinsergej827@gmail.com.

ПРОИЗВОДСТВО И ОПТИМИЗАЦИЯ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ (ЗЕРНО, МЯСО, МОЛОКО) ПОЛНОГО ЦИКЛА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные вопросы состояния сельхозсектора в России, выполнения Доктрины продовольственной безопасности по подотраслям: зерно, мясо, молоко, даны оценки уровня самообеспеченности и степени импортозамещения по основным видам сельхозпродукции и сельхозтехнике, затронуты вопросы рентабельности производства сельхозпродукции и конкурентоспособности на рынке, обозначены проблемы, сделаны выводы и даны рекомендации – пути решения.

Ключевые слова: доктрина продовольственной безопасности России, самообеспеченность, объёмы производства, импортозамещение, мясо, молоко, зерно, рентабельность производства, конкурентоспособность, проблемы, рынки сбыта, рекомендации и пути решения.

S.Y. Fuodorov,
A.F. Shupletsov

PRODUCTION AND OPTIMIZATION OF AGRICULTURAL PRODUCTS (GRAIN, MEAT, MILK) FULL CYCLE: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Abstract. The article deals with topical issues of the state of the agricultural sector in Russia, the implementation of the Doctrine of food security by sub-sectors: grain, meat, milk, estimates of the level of self-sufficiency and the degree of import substitution for the main types of agricultural products and agricultural machinery are given, issues of profitability of agricultural production and competitiveness in the market are raised, problems are identified, conclusions are drawn and recommendations are given – solutions.

Keywords: the doctrine of Russia's food security, self-sufficiency, production volumes, import substitution, meat, milk, grain, profitability of production, competitiveness, problems, sales markets, recommendations and solutions.

Введение

Согласно Доктрине продовольственной безопасности России, утвержденной в январе 2020 года (указ президента РФ от 21 января 2020 года № 20), определены уровни физической и экономической доступности продуктов питания, соответствующих определённым критериям, подчёркивается важность продовольственной независимости. При этом безопасность интерпретируется как самообеспеченность основными продуктами в объёме 90–100 % локализованного (местного) производства, без переходящих запасов [1].

Цель и задачи исследования.

Произвести анализ обеспеченности России по основным продуктам: зерно, молоко, мясные изделия по состоянию на 2023 год, оценить динамику, % лока-

лизации производства, степень импортозамещения, оценить проблемы отрасли и степень выполнения задач Доктрины продовольственной безопасности на текущую дату, сделать выводы и рекомендации по повышению эффективности работы сельхозотрасли, предложить пути решения.

Методы исследования

В процессе работы были использованы такие методы, как поиск и анализ источников, анализ и синтез информации, формализация информации, обобщение данных, наблюдение, описание, оценка, а также методы математической статистики.

Полученные результаты

Согласно источнику ТАСС (Источник: <https://tass.ru/ekonomika/19397053>), Россия в 2023 году получила второй в истории урожай – более 151 млн тонн, что на 4,6 % меньше по сравнению с рекордным показателем 2022 года, даже с учётом данных в присоединённых регионах, без них снижение составило бы 8 %. Сбор пшеницы уменьшился на 5 %, несмотря на увеличение посевных площадей, однако, установлены новые рекорды по сбору кукурузы на зерно (+24,4%), риса (+26,7 %) и гречихи (+33,3 %), что показывает весьма разнонаправленные тенденции в динамике и акценты по сельхоз культурам [7].

Запасы зерна в российских сельхозорганизациях на конец декабря года составляли 34,7 млн тонн, что на 1,7 % меньше, чем годом ранее, сообщил Росстат [6].

Запасы пшеницы составляли: 21,8 млн тонн (на 1,6 % меньше) и 3,7 млн тонн кукурузы (на 2 % больше). Произошло снижение запасов масличных культур на 13,2 %, до 5,5 млн тонн, в том числе подсолнечника – на 7 %, до 2,7 млн тонн. В сельхозорганизациях имелось 3,4 млн тонн сахарной свеклы (на 4,9 % меньше), 1,9 млн тонн картофеля (на 37 % больше), 595,3 тысячи тонн овощей (на 5,6 % больше).

Запасы говядины выросли в 1,9 %, до 1,4 тысячи тонн, свинины – снизились на 12,2 %, до 4,5 тысячи тонн, мяса птицы – на 4,1 %, до 46,9 тысячи тонн. Все мясо – в убойном весе, включая мясопродукты в пересчете на мясо. Запасы молока составили 17 тысяч тонн (на 10,4 % больше) [5].

Уровень обеспеченности огурцами (закрытый грунт) достиг 95 %, за исключением регионов Дальнего Востока, где ещё сохранён небольшой импорт из Китая на фоне строительства тепличных комплексов – по данным НКО «Национальный союз производителей плодов и овощей» (Источник: Плодоовощной союз – <https://ovoshnoysouz.ru/>). По данным ИКАР, в 2022 году было произведено 1,602 млн тонн тепличных овощей, что на 5,6 % больше по сравнению с предыдущим годом (источник: <http://ikar.ru/1/press/8416>).

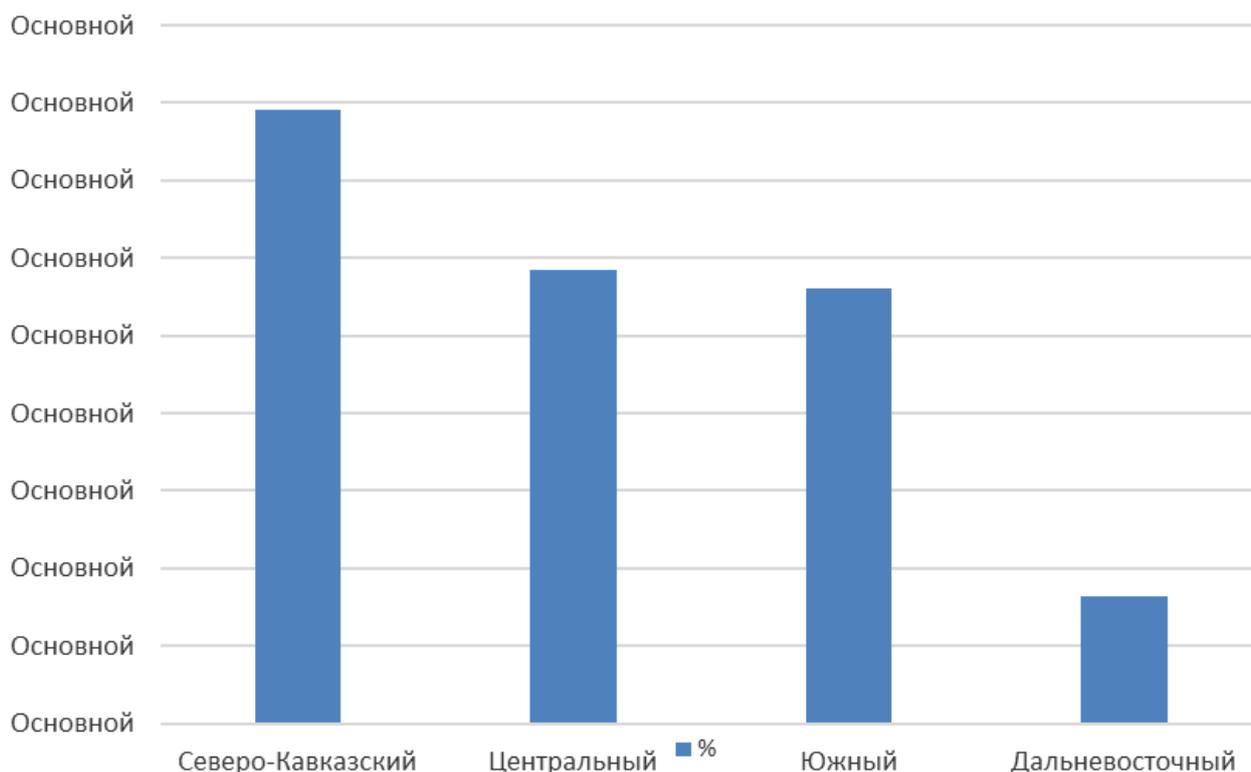


Рис. 1. Обеспеченность тепличными овощами в некоторых федеральных округах России, %

Касаемо семян, по утверждению Министерства сельского хозяйства России, самообеспеченность семенами зерновых культур на 2023 год достигла 105 %, масличных – 107 % (Источник – <https://ria.ru/20230419/semena-1866457834.html>), однако сохраняется дефицит семян картофеля и свёклы. Для усиления политики импортозамещения, Минсельхоз ограничил импорт семян, начиная с 2024 года.

Самообеспеченность в свиноводстве превышает 80 %, а в разведении скота мясных пород и овец – приближается к 100 %, при этом есть проблемы с племенным материалом.

Большое влияние оказывают рост тарифов на энергоресурсы и усложнение логистических цепочек, связанных с поставками технологического оборудования – в производстве овощей закрытого грунта, что уже сказалось на стоимости и доступности продукции. По данным Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР) в 2022 году цены на семена увеличились – на 10 %, на удобрения – на 30 %, на средства защиты растений – на 10 %, на энергоресурсы – на 9 %. В 2023 году эта тенденция продолжилась (источник ИКАР: <http://ikar.ru/1/press/8416>) [5].

Импортозависимость в тепличной отрасли достигает 95 % семян иностранного производства. Урожайность и товарные качества продукции, полученной из зарубежных семян, находятся на очень высоком уровне, который пока недостижим при использовании отечественной селекции. Переход на

отечественные семена сейчас несет в себе большие риски: тепличные комбинаты в своей финансовой модели сильно ориентированы на иностранную селекцию, обеспечивающую высокую урожайность и товарные характеристики (источник ИКАР: <http://ikar.ru/1/press/8416>) [5].

В сфере молочного производства и продажи молочной продукции наблюдается различная динамика спроса в регионах России: в одних областях отмечается снижение, в других – рост (рис. 2).

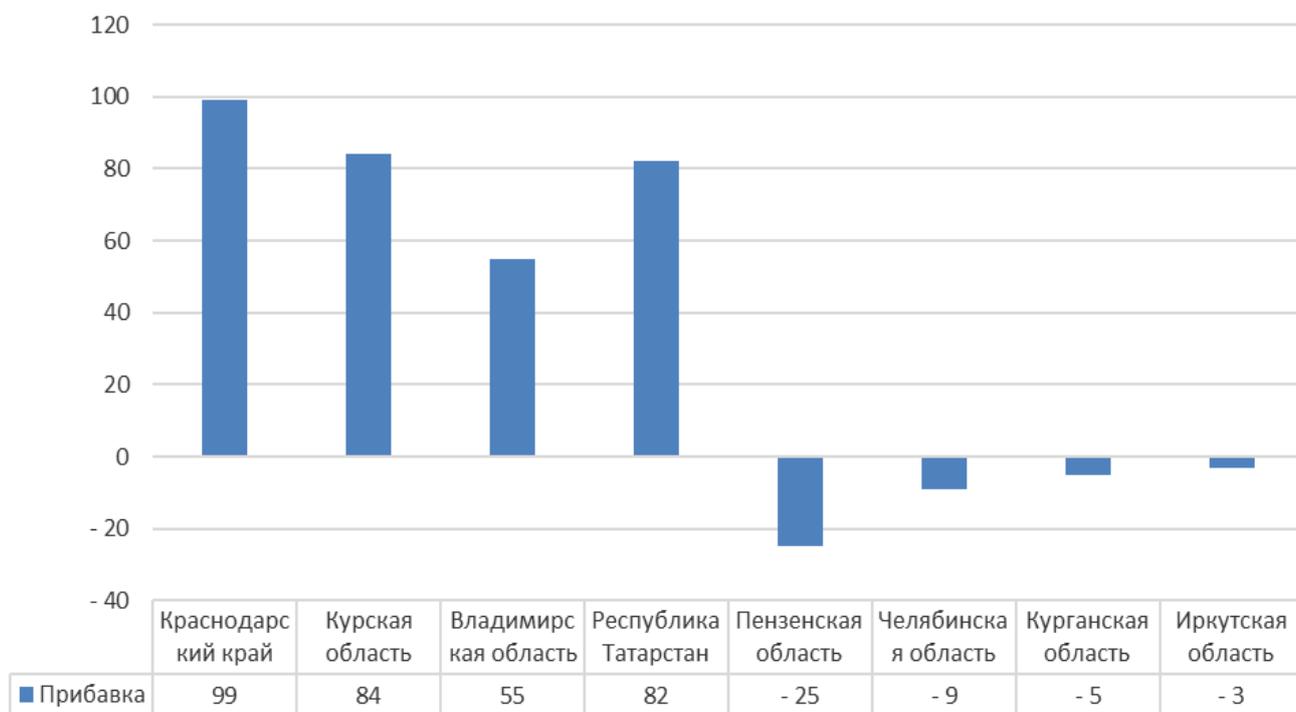


Рис. 2. Прирост производства товарного молока в некоторых регионах России в 2022 году, относительно 2021 года, тыс. тонн
(Источник: «Союзмолоко»)

Остаются проблемы с кадрами в разных регионах. По данным Росстат (рис. 3), мы наблюдаем последние годы устойчивую прибавку в физическом объёме по всем основным продуктам питания, что говорит об устойчивом развитии отрасли сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности, устойчивости к внешним вызовам и неблагоприятным факторам, способность к импортозамещению в короткий срок и наращиванию объёмов производства [4].

Согласно источнику: «Деловой профиль» за 2023 год <https://delprof.ru/download/pub/itogi-proizvodstva-i-eksporta-zerna-v-rossii-v-2023-godu>, из-за избыточного предложения, стоимость зерновых культур внутри страны продолжала снижаться.

По данным за 2023 год Росстата рентабельность возращения зерновых культур составила 27,3 %, показав снижение почти в два раза (около 50,9 %), что, по мнению специалистов, вызвано понижением рентабельности почти в двадцать раз.

цать раз выращивания пшеницы – с 55,6 до 2,8 % [2]. И в 2023 году в хранилищах насчитывалось 31,7 млн тонн зерна, а это на 50 % больше по сравнению с прошлым годом.

Формирование тарифных квот, перепроизводство пшеницы, высокие таможенные пошлины, возрастание расходов на транспортировку зерна, повышение прямых затрат, увеличение расходов на хранение избытков зерна – все это стало причинами данной ситуации.

В итоге в отрасли сложился искусственно созданный дисбаланс между экспортом и внутренним потреблением зерна, появилась зарегулированность рынка зерна, все это стало проблемами отрасли. А рост предложения и конкуренция понизили инвестиционную привлекательность бизнеса и привели к консолидации рынка зерновых культур крупными компаниями, соответственно.

Заключение

Проанализировав состояния отечественного растениеводства и в целом развития отрасли сельского хозяйства по состоянию начало 2024 года, можно отметить:

– Для повышения рентабельности сельхозтоваропроизводителей и «избежания» массовых банкротств мелких и средних производителей, необходимо снять или радикально снизить экспортные пошлины, дав доступ отечественной продукции на внешний рынок;

– Направить средства, полученные от зернового демпфера на развития сектора растениеводства и не тратить на другие направления, обеспечить закуп государством объёмов зерна по цене выше рынка на 20–30 % у внутреннего производителя (внутренняя интервенция), тем самым поддержав в трудный период отечественного производителя и выведя с рынка излишек зерна, который давит на цену;

– Снять временно на год или более, квоты на экспорт зерна, обеспечить равный доступ к рынку всем товаропроизводителям, стимулировать развитие внутренней переработки и продуктов высокого передела (заводы по глубокой переработке зерна, фабрики макаронных и других мучных изделий), стимулируя тем самым внутренний спрос на сырьё.

По молочным, мясным продуктам аналогично – обеспечить поддержку внутреннего производства, переработку с доступом к внутреннему рынку и в случае дефицита, оперативно открывать импорт, чтобы избежать скачков цен:

ВЫПУСК ВАЖНЕЙШИХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ ПО ИТОГАМ ПЕРВОГО КВАРТАЛА 2023 ГОДА

	I КВАРТАЛ 2023 ГОДА	МАРТ 2023 ГОДА В % К		I КВАРТАЛ 2023 ГОДА В % К I КВАРТАЛУ 2022 ГОДА
		МАРТУ 2022 ГОДА	ФЕВРАЛЮ 2023 ГОДА	
МЯСО КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА, СВИНИНА, БАРАНИНА, КОЗЛЯТИНА, КОНИНА И МЯСО ПРОЧИХ ЖИВОТНЫХ СЕМЕЙСТВА ЛОШАДИНЫХ, ОЛЕНИНА И МЯСО ПРОЧИХ ЖИВОТНЫХ СЕМЕЙСТВА ОЛЕННЫХ (ОЛЕНЕВЫХ) ПАРНЫЕ, ОСТЫВШИЕ ИЛИ ОХЛАЖДЕННЫЕ, ТЫС. ТОНН	864	105,4	107,9	109,7
МЯСО И СУБПРОДУКТЫ ПИЩЕВЫЕ ДОМАШНЕЙ ПТИЦЫ, МЛН ТОНН	1,3	99,9	111,3	101
ПОЛУФАБРИКАТЫ МЯСНЫЕ, МЯСО-СОДЕРЖАЩИЕ, ОХЛАЖДЕННЫЕ, ЗАМОРОЖЕННЫЕ, МЛН ТОНН	1,1	108	110,1	107,4
ИЗДЕЛИЯ КОЛБАСНЫЕ, ВКЛЮЧАЯ ИЗДЕЛИЯ КОЛБАСНЫЕ ДЛЯ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ, ТЫС. ТОНН	562	96,3	104,8	101,2
КОНСЕРВЫ МЯСНЫЕ (МЯСО-СОДЕРЖАЩИЕ), ВКЛЮЧАЯ КОНСЕРВЫ ДЛЯ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ, МЛН УСЛ. БАНК	212	108,7	122	120,6
РЫБА ПЕРЕРАБОТАННАЯ И КОНСЕРВИРОВАННАЯ, РАКООБРАЗНЫЕ И МОЛЛЮСКИ, МЛН ТОНН	1,2	116,2	134,5	109,3
КАРТОФЕЛЬ ПЕРЕРАБОТАННЫЙ И КОНСЕРВИРОВАННЫЙ, ТЫС. ТОНН	96,5	100,7	103,4	97,9
СОКИ ИЗ ФРУКТОВ И ОВОЩЕЙ, МЛН УСЛ. БАНК	325	90,8	118,3	104,4
ОВОЩИ (КРОМЕ КАРТОФЕЛЯ) И ГРИБЫ, КОНСЕРВИРОВАННЫЕ БЕЗ УКСУСА ИЛИ УКСУСНОЙ КИСЛОТЫ, ПРОЧИЕ (КРОМЕ ГОТОВЫХ ОВОЩНЫХ БЛЮД), МЛН УСЛ. БАНК	268	181,9	106,2	182,7
МАСЛО ПОДСОЛНЕЧНОЕ И ЕГО ФРАКЦИИ НЕРАФИНИРОВАННЫЕ, МЛН ТОНН	1,7	109,8	119,6	105,9
МАРГАРИН, ТЫС. ТОНН	113	113,9	112,5	99,3
МОЛОКО, КРОМЕ СЫРОГО, МЛН ТОНН	1,4	96,6	108,1	98,1
МАСЛО СЛИВОЧНОЕ, ТЫС. ТОНН	78,3	108,5	122,3	110,6
СЫРЫ, ТЫС. ТОНН	183	115,7	112,5	114,6
ТВОРОГ, ТЫС. ТОНН	111	92,9	105,1	93,1
ПРОДУКТЫ КИСЛОМОЛОЧНЫЕ (КРОМЕ СМЕТАНЫ), ТЫС. ТОНН	510	102,1	107,1	98,7
МУКА ПШЕНИЧНАЯ И ПШЕНИЧНО-РЖАНАЯ, МЛН ТОНН	2,1	90	106	98,6
КРУПА, ТЫС. ТОНН	464	92,6	112,1	100,6
ИЗДЕЛИЯ ХЛЕББУЛОЧНЫЕ НЕДЛИТЕЛЬНОГО ХРАНЕНИЯ, МЛН ТОНН	1,2	98,3	108,4	99,1
САХАР БЕЛЫЙ СВЕКЛОВИЧНЫЙ В ТВЕРДОМ СОСТОЯНИИ БЕЗ ВКУСО-АРОМАТИЧЕСКИХ ИЛИ КРАСЯЩИХ ДОБАВОК, ТЫС. ТОНН	506	149,9	95,7	В 2,4 РАЗА
КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ, ТЫС. ТОНН	956	112	109,4	103,2
ДОБАВКИ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ К ПИЩЕ, ТЫС. ТОНН	5,1	129,7	122	120,6
КОНСЕРВЫ ДЛЯ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ, НА ФРУКТОВОЙ И ФРУКТОВО-ОВОЩНОЙ ОСНОВЕ; ПРОДУКЦИЯ СОКОВАЯ ИЗ ФРУКТОВ И ФРУКТОВО-ОВОЩНАЯ ДЛЯ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ, МЛРД УСЛ. БАНК	1	93,5	111,4	98,4
КОРМ ГОТОВЫЙ ДЛЯ НЕПРОДУКТИВНЫХ ЖИВОТНЫХ, ТЫС. ТОНН	338	95,8	105,1	96,9
ВОДЫ МИНЕРАЛЬНЫЕ ПРИРОДНЫЕ УПАКОВАННЫЕ, ВОДЫ ПИТЬЕВЫЕ УПАКОВАННЫЕ, НЕ СОДЕРЖАЩИЕ САХАРА, ПОДСЛАСТИТЕЛЕЙ, АРОМАТИЗАТОРОВ И ДРУГИХ ПИЩЕВЫХ ВЕЩЕСТВ, МЛРД ПОЛУЛИТРОВ	4,2	128	122,9	118,8
ПИВО, КРОМЕ ОТХОДОВ ПИВОВАРЕНИЯ, МЛН ДХЛ	178	98,4	119,6	100,2
ТРАКТОРЫ ДЛЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ПРОЧИЕ, ТЫС. ШТУК	2,3	93,6	111,3	101,4
СЕЯЛКИ, ТЫС. ШТУК	3,8	103,3	164,2	87,6
ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕББУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ, МЛН РУБЛЕЙ	577	112	111,5	144,9

ИСТОЧНИК: РОССТАТ

*Источник: «Business Guide Экономический форум». Приложение № 17
от 15.06.2023, с. 57.*

Главное, создать и ввести стратегию долгосрочного развития отрасли в интересах всего государства, а не отдельных агрохолдингов, стимулировать малые и средние предприятия, что создаст конкуренцию, выбор и качество сырья и готовой продукции, отслеживать дискриминацию и монополии, регулировать рынок и стимулировать производство продукции высоких переделов и насыщения внутреннего рынка и уже потом экспорт.

Список использованной литературы

1. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации от 21.01.2020 года. – Москва : Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, 2020. – 25 с.
2. Агропромышленный комплекс России в 2021 году : стат. сб. – Москва : Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, 2022. – 554 с.
3. Петранева Г.А. Экономика сельского хозяйства / Г.А. Петранева, Н.Я. Коваленко, А.Н. Романов. – Москва : Инфра-М, 2019. – 288 с.
4. Сельское хозяйство в России. 2023 – Москва : стат. сб. / Росстат, 2023. – 103 с.
5. Институт Конъюнктуры Аграрного Рынка (ИКАР): «Продовольствие у безопасной черты». – URL: <http://ikar.ru/1/press/8416>.
6. ИНТЕРФАКС: «Запасы зерна в сельхозорганизациях России на конец 2023 года снизились на 1,7 %». – URL: <https://www.interfax.ru/russia/942156>.
7. ТАСС: «Минсельхоз ожидает второй по размеру в российской истории урожай зерна». – URL: <https://tass.ru/ekonomika/19397053>.
8. Экономика предприятия : учебник для вузов / под ред. проф. В.Я. Горфинкея, проф. В.А. Швандара. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 670 с.
9. Экономика сельского хозяйства / И.А. Минаков, Л.А. Сабетова, Н.И. Куликов и др.; под ред. И.А. Минакова. – Москва : Колос, 2008. – 328 с.

Информация об авторах

Фёдоров Сергей Юрьевич – аспирант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: mr.sufer@ya.ru.

Шуплецов Александр Федорович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: shupletsovAF@bgu.ru.

Authors

Sergey Yu. Fuodorov – PHD Student, Department of Business Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: mr.sufer@ya.ru.

Aleksandr F. Shupletsov – D.Sc. in Economics, Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: shupletsovAF@bgu.ru.

КЛУБНАЯ КАРТА КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ В СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Обосновывается необходимость внедрения клубной карты нового формата как инструмента управления сезонными и циклическими колебаниями спроса в деятельности сервисной организации (фитнес-клуба). Представлены и подробно описаны результаты управленческого решения и сделаны выводы о его потенциальных эффектах и перспективах масштабирования. Клубная карта нового формата представлена как пример практического использования концепции маркетингового управления, потенциальная «точка роста» для организации и способ наращивания конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: клубная карта, коэффициент сезонности, сезонность, управленческое решение, фитнес-индустрия

D.I. Khlebovich,
D.D. Moskvitina

CLUB CARD AS MARKETING MANAGEMENT TOOL IN A SERVICE ORGANIZATION

Abstract. The paper proves the necessity of introducing a new format club card as a tool for managing seasonal and cyclical factors in service organization (fitness club). The research presents and describes in details the results of the management decision. It shows the potential effects and scaling prospects. The new format club card is presented as an example of the application of the marketing management concept, a potential «growth point» for the organization, and a way to increase competitive advantages.

Keywords: club card, seasonality factor, seasonality, management decision, fitness industry.

Введение

Третичный сектор экономики демонстрирует тенденции роста, а его отдельные отрасли обладают высоким потенциалом развития¹. Одновременно для организаций сферы услуг характерно проявление ряда факторов, которые осложняют их эффективную деятельность: изменчивость качества, сезонность и цикличность спроса, риски для потребителей, низкие барьеры для входа в отрасль и, как следствие, интенсивная конкуренция. В таких условиях организация начинает искать и выбирать инструменты, внедрение которых в бизнес-процессы будет способствовать преодолению негативных факторов. Инструменты маркетингового управления становятся одними из приоритетных [1].

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/uslugi> (дата обращения 29.10.2024).

В современном мире, где забота о здоровье, физическом и ментальном благополучии становится приоритетом для все большего числа людей, фитнес-индустрия играет важную роль в удовлетворении этих потребностей. Однако, параллельно с растущим интересом к фитнесу и здоровому образу жизни, конкуренция среди фитнес-клубов различного формата также усиливается. В таких условиях важное значение приобретает не просто достаточное качество предоставляемых услуг, но и различные подходы к управлению клиентскими отношениями. Это, в свою очередь, позволяет достичь две взаимосвязанные цели: высокого уровня удовлетворенности клиентов и формирования устойчивого денежного потока. Одним из ведущих маркетинговых инструментов для рассматриваемой индустрии сегодня считается клубная карта [2; 3].

Цель и задачи исследования

Цель исследования – показать предпосылки и подходы к разработке клубной карты нового формата как маркетингового инструмента, позволяющего преодолеть негативное влияние колебаний спроса на деятельность организации в фитнес-индустрии. Таким образом, в исследовании представлено решение, отражающее практическое использование концепции маркетингового управления.

Задачи исследования: показать влияние сезонности на деятельность сервисной организации; представить клубную карту как важный маркетинговый инструмент; предложить решения, связанные с дифференцированным использованием клубной карты.

Методы исследования

Сделанные в работе выводы основаны на анализе форм статистического наблюдения (ЕМИСС), данных внутренней отчетности сервисной организации. Обращение к реальному опыту (объект для него – функционирующий фитнес-центр) – пример исследовательской стратегии и возможность продемонстрировать прикладной характер инструментов маркетингового управления [4].

Предлагаемые результаты исследования – попытка оценить динамику процессов, представить решение и оценить его перспективность.

Полученные результаты

Сезонностью в экономике чаще всего принято называть характеристику временного ряда показателей, отражающую воздействие на рассматриваемые данные предсказуемых изменений, повторяющихся каждый год. Регулярные и ежегодно повторяющиеся колебания экономических показателей считаются сезонными [5]. Тем не менее, термин «сезон» в широком смысле иногда используется для описания любых систематических изменений. Например, при анализе посещаемости сервисных организаций, этот термин может применяться к изменению числа посетителей и клиентов в зависимости от времени суток или дней недели. Можно полностью разлить мнение о том, что «колебания спроса являются существенной характеристикой и, одновременно, проблемой для субъектов

рынка сезонных товаров. Сезонность продаж, вызванная сезонностью спроса, ведет к неравномерности финансовых поступлений компании, снижению прибыли, дополнительным издержкам, включая проценты по кредитам» [6, с. 77].

В зависимости от степени влияния на спрос выделяют следующую сезонность:

1. Жесткая степень влияния сезонности. Сезонные колебания имеют решающее значение для бизнеса и могут приводить к значительным изменениям в объемах продаж, доходности и операционной активности (туризм, сельское хозяйство, розничная торговля).

2. Яркая степень влияния сезонности, когда сезонные колебания также существенны для бизнеса, но их влияние менее критическое. К изменениям в объемах продаж и доходности компания может успешно приспосабливаться (сезонный спрос на летние товары, игрушки на Рождество и т.д.).

3. Умеренная степень влияния сезонности. Влияние сезонных колебаний менее критично. Оно может быть умеренным или даже незначительным. Спрос на товары или услуги остается относительно стабильным в течение года, с небольшими сезонными колебаниями, которые не оказывают существенного влияния на общую производственную деятельность.

Маркетинговое управление с учетом сезонной волны – это комплекс маркетинговых принципов и мероприятий, имеющий целью, как максимум, сбалансировать сезонную волну продаж и, как минимум, компенсировать спад продаж в низкий сезон [6].

Индустрия фитнеса развивается и набирает популярность по всему миру¹. В России количество коммерческих организаций в фитнес-индустрии растет с каждым годом, также развивается спектр их услуг и повышается качество – из простых спортивных залов и тренажерных комнат до крупных сетей фитнес-клубов, предлагающих широкий спектр услуг и программ. Открываются новые фитнес-центры, развиваются технологии тренировок, расширяются возможности для занятий спортом как в городах, так и в регионах. С каждым годом затраты на фитнес-услуги увеличиваются примерно на 200 р. / чел. Объем платных услуг фитнес-центров и спортивных клубов в расчете на душу населения за 2020–2022 гг. вырос в 4 раза². В перспективе развитие фитнес-индустрии в России, вероятно, будет основываться на диверсификации услуг, автоматизации бизнес-процессов и расширении медицинского фитнеса. Одновременно с ростом рынка и нарастающей конкуренцией возникает актуальность по эффективному и конкурентоспособному введению бизнеса [7].

Преимущественную часть доходов в фитнес-клубах составляет сумма денежных потоков от продажи клубных карт для клиентов (60–80 % от размера выручки). Умение прогнозировать доход от продажи клубных карт является фун-

¹ 1С: фитнес клуб. Динамика развития индустрии фитнеса в России / Фитнес-клуб: автоматизация и управление: официальный сайт. URL: <https://www.fitness1c.ru/blog/dinamika-razvitiya-industrii-fitnessa-v-rossii/> (дата обращения: 19.05.2024).

² Федеральная службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/uslugi> (дата обращения 29.10.2024).

даментальной основой для разработки эффективных стратегий продаж в каждом отделе фитнес-клуба. Это ключевой элемент обеспечения финансовой стабильности компании [2]. Клубная карта – фирменная пластиковая карта, в настоящее время может быть электронной, которая удостоверяет членство в конкретном фитнес-центре [3]. Она позволяет организации идентифицировать каждого клиента и вести базу данных гостей, что обеспечивает сбор важной информации (посещения, использование дополнительных платных и бесплатных услуг и т.д.). Карты предлагаются, как правило, различных форматов. Считается, что такой инструмент может помочь компаниям привлечь больше клиентов, улучшить взаимодействие с ними и усилить свою конкурентоспособность на рынке, а также сгладить пики сезонности и, таким образом, уменьшить размер недополученной прибыли. Именно борьба с сезонностью может стать ведущей предпосылкой разработки клубной карты нового формата.

На рис. 1 представлена динамика коэффициента сезонности в деятельности реального фитнес-клуба. Явно прослеживаются периоды пиков и спадов, что довольно характерно для организаций рассматриваемой индустрии. Это задает ряд задач и актуализирует использование инструментов маркетингового управления.

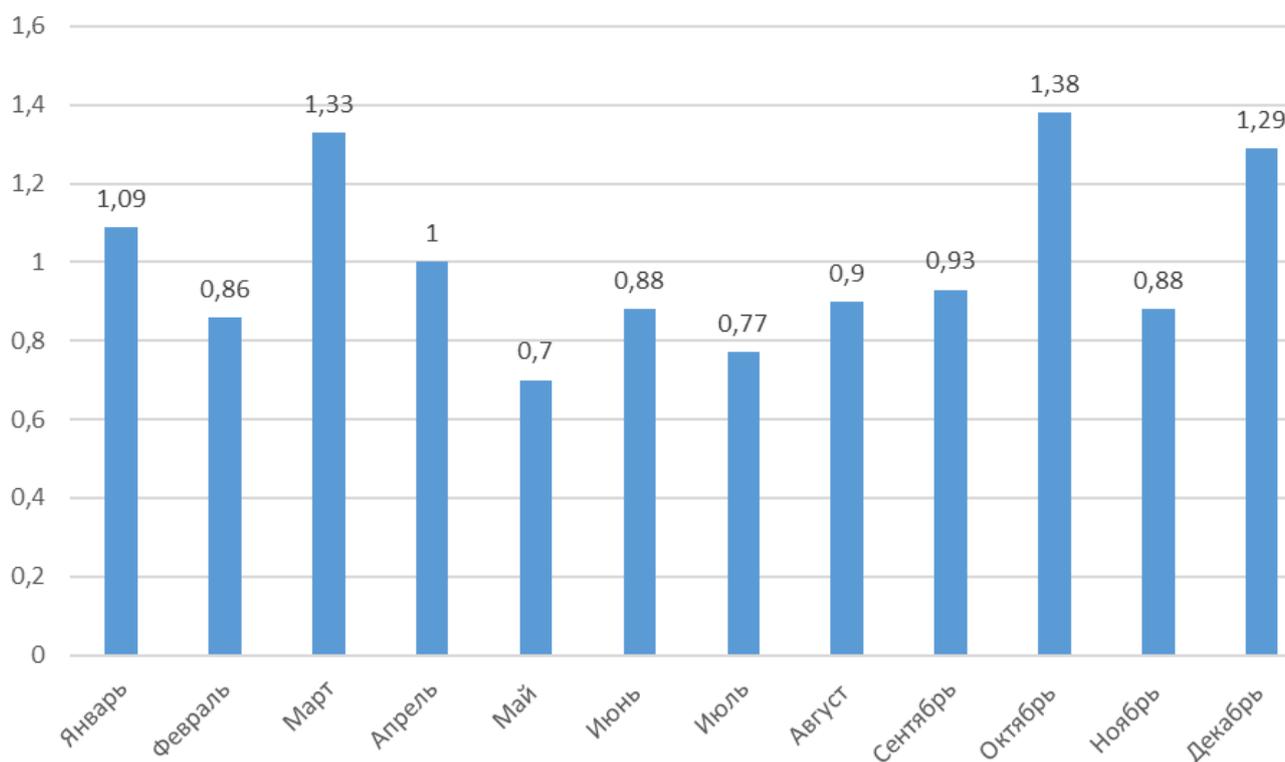


Рис. 1. Коэффициенты сезонности для фитнес-клуба

Специфичной чертой спроса на услуги фитнес-центров является не только его сезонное колебание, но и определенные циклические колебания в течение рабочего дня. По результатам исследования они достаточно заметны (рис. 2 и 3). Обращая внимание на рис. 3, можно видеть «зону потерь»: промежуток времени с 12.00 до 15.00, в течение которого число посетителей фитнес-клуба ниже, чем в среднем за час. Таким образом, задача создания клубной карты нового формата

связана именно со сглаживанием замеченных колебаний и минимизацией возможных потерь. Задача актуализируется тем, что именно реализация клубных карт является базовой статьёй доходов в преобладающем количестве фитнес-клубов.

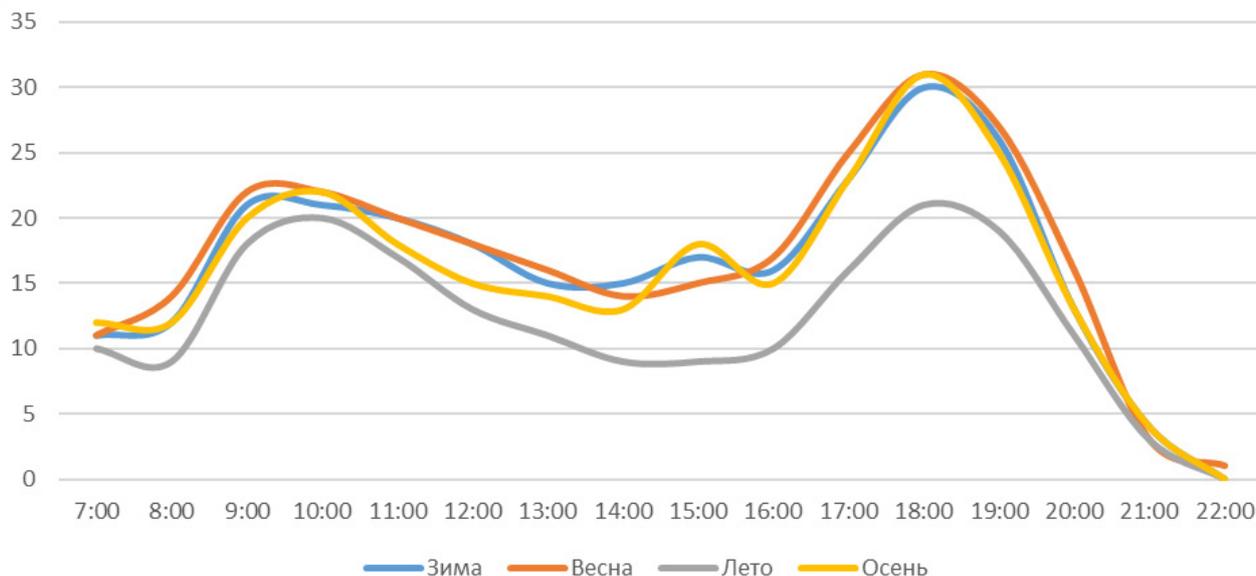


Рис. 2. Посещаемость по часам за каждый сезон в 2023 г., чел.

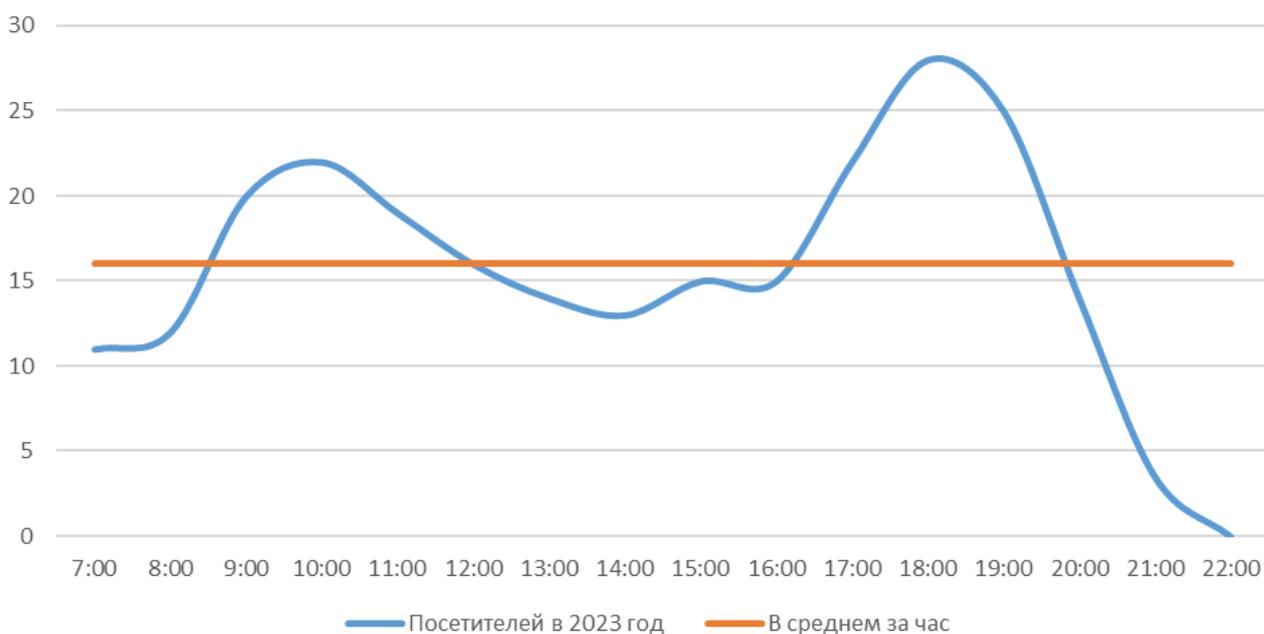


Рис. 3. Посещаемость по часам в среднем за 2023 г., чел.

Новый тип абонеента будет предоставлять членами клуба доступ к получению всех базовых услуг клуба, входящие в клубную систему, неограниченное число раз, а именно тренажерный зал, групповые программы, сауна, ежедневно с 12:00 до 15:00. Клубная карта ограничивается только сроком времени посещения и действия. Помимо базовой услуги, в клубную карту можно включить дополнительные услуги, например, персональные тренировки, массаж, солярий. Внедрение дневного абонеента позволит расширить продуктовую линейку клу-

ба и предложить клиентам разнообразные варианты выбора. Это может удовлетворить различные потребности и предпочтения клиентов, делая фитнес клуб более привлекательным для широкой аудитории. Такой абонемент может получить большую популярность, поскольку для многих он будет удобен по времени посещения фитнес-центра, при этом цена будет намного доступнее по сравнению с другими картами.

Целевая аудитория, которая приобретает клубную карту нового формата, может включать в себя, как людей, работающих с гибким графиком работы, так и студентов, и школьников, которые могут выбрать такие карты, чтобы тренироваться после занятий, не тратя дополнительных средств на полноценную годовую или месячную карту. Этот формат может быть интересен туристам и временным посетителям. Эти люди, находящиеся в городе лишь короткий период времени, и они могут предпочесть приобрести дневную карту вместо полноценного абонемента. В настоящее время формата дневной карты. Предоставляющей доступ во все зоны клуба с 12:00 до 15:00, нет ни у одного фитнес-центра в г. Иркутск. Представленная карта позволяет сформировать уникальное торговое предложение.

Продвижение новой карты будет осуществлено через рассылку в мессенджерах. Рассылка будет производиться, как постоянным членам клуба, разовым посетителям (кто приходил по гостевому или разово посещал клуб), так и людям, принимавшим участие в ознакомительном туре по фитнес-клубу.

Решение о цене новой клубной карты связано со следующими аспектами:

- привлечение и удержание клиентов. Конкурентоспособная цена позволяет привлекать и новых клиентов, и удерживать существующих. В условиях насыщенного рынка фитнес-услуг, где множество клубов предлагают разнообразные программы и услуги, установление привлекательной цены становится исключительно важным;

- финансовая устойчивость и прибыльность. Грамотное ценообразование обеспечивает стабильный поток доходов и позволяет покрывать операционные расходы клуба. Это также способствует формированию финансовой подушки безопасности и поддерживает возможности для дальнейших инвестиций и расширения;

- формирование имиджа и бренда. Стоимость клубной карты влияет на восприятие клуба клиентами. Доступная цена может способствовать формированию имиджа демократичного клуба.

При определении цены клубной карты нового формата следует учитывать факторы: содержание ценностного предложения и уникальные преимущества; результаты анализа цен на аналогичные услуги у конкурентов. Учет средней стоимости месяца членства в фитнес-клубе для карт разных типов позволяют рассчитать «справедливую» цену на новую карту при текущем условии, что цель ценообразования – привлечение и удержание клиентов. Планируемая цена составляет 1590 р. в месяц. Оценить ожидаемые доходы от продажи клубных карт нового формата можно на основе прироста количества клиентов и стоимости одного часа посещения в рассматриваемый период времени. Предположим, что

новый формат карты позволит сгладить падение численности посетителей клуба и довести ее до средней (16 человек в час). Это обеспечит прирост прибыли до 200 000 р. в год.

Выводы

Эффекты представленного решения в рамках использования принципов маркетингового управления выразятся в сглаживании пиков спада посещаемости сервисной организации в дневное время, восстановлении равномерности клиентского потока. Это, в свою очередь, приведет к увеличению дохода и росту удовлетворенности клиентов за счет предоставления им комфортных условий и выгодных ценовых предложений, сформирует новый клиентской опыт. В долгосрочной перспективе это укрепит конкурентные позиции организации на рынке. Таким образом, решение можно расценивать как стратегически верный шаг.

Разработка клубных карт нового формата для фитнес-клуба – ответ на вызовы современного рынка фитнес-услуг, новые возможности для улучшения клиентского опыта, повышения конкурентоспособности и экономической эффективности. Инновационный подход к созданию и управлению клубными картами способствует устойчивому развитию бизнеса и удовлетворению растущих потребностей современных потребителей.

Поскольку описанное решение представляет пример прикладного использования положений маркетингового управления и выполнено в рамках одной организации, то безусловно важно провести мониторинг его реальных эффектов и в дальнейшем сделать вывод о возможностях масштабирования.

Список использованной литературы

1. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 760 с.
2. Краснов Е.В. Структура и динамика доходов фитнес-клуба от продажи клубных карт / Е.В. Краснов, А.И. Воробьев // Теория и практика физической культуры. – 2015. – № 3. – С. 38–40.
3. Солуянов А.А. Современная классификация пластиковых карт и новые тренды / А.А. Солуянов // Тенденции развития науки и образования. – 2020. — № 7. – С. 13–132.
4. Дэй Д. Стратегический маркетинг / Д. Дэй. – Москва : ЭКСМО-Пресс, 2002. – 640 с.
5. Казарина Л.А. Сезонность как фактор формирования логистических издержек / Л.А. Казарина // Известия Байкальского государственного университета. – 2024. – Т. 34, № 1. – С. 88–95.
6. Эбергардт А.Е. Маркетинговые методы комплексного управления сезонностью спроса на рынке товаров массового потребления / А.Е. Эбергардт // Вестник Омского университета. Сер.: Экономика. – 2014. – № 4. – С. 76–82.

7. Краснов Е.В. Эффективность деятельности фитнес-клубов России / Е.В. Краснов // Теория и практика физической культуры. – 2013. – № 11. – С. 58–60.

Информация об авторах

Хлебович Дарья Игоревна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: daria.khlebovich@gmail.com.

Москвитина Диана Дмитриевна – менеджер индивидуальных спортивных программ, ООО «ИНСТАФИТ», г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: moskvitina2002@yandex.ru.

Authors

Daria I. Khlebovich – PhD in Economics, Associate Professor, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: daria.khlebovich@gmail.com.

Diana D. Moskvitina – manager of personal training programs, LLC «INSTAFIT», Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: moskvitina2002@yandex.ru.

РОССИЙСКИЕ РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ И РАЗВИТИЕ ФОРМАТА ДИСКАУНТЕРА

Аннотация. Переход значительной части населения России на экономную стратегию потребления привел к росту независимых сетей жестких и мягких дискаунтеров. Крупные федеральные игроки в последнее время также начали в рамках своих бизнес-структур развивать этот формат торговли.

В исследовании изучается российский потребительский рынок, основные тенденции его развития, определяется роль розничного формата в его развитии. Рассматриваются факторы, обуславливающие развитие формата основными российскими розничными сетями как элемента диверсификации своего бизнеса.

Ключевые слова: дискаунтер, розничная торговля, собственные торговые марки.

S.G. Kholmovsky,
P.S. Kholmovskaya

RUSSIAN RETAIL CHAINS AND THE DEVELOPMENT OF THE DISCOUNTER FORMAT

Abstract. The transition of a significant part of the Russian population to an economical consumption strategy has led to the growth of independent networks of hard and soft discounters. Major federal players have also recently begun to develop this trade format within their business structures. The study examines the Russian consumer market, the main trends in its development, and determines the role of the retail format in its development. The factors that determine the development of the format by the main Russian retail chains as an element of business diversification are considered.

Keywords: discounter, retail, own trademarks.

Введение

В последние годы российский потребительский рынок характеризовался существенными качественными изменениями. Кризисные явления в экономике Российской Федерации, привели к изменению потребительских привычек потребителей и смене привлекательности различных форматов розничной торговли. Из-за этого произошло снижение посещаемости таких розничных форматов, как гипермаркет и супермаркет.

Особенно существенно сократилась привлекательность формата гипермаркет. В начале века считалось, что этот розничный формат имеет значительный потенциал развития [4], но по ряду причин привлекательность гипермаркетов для российских потребителей стала снижаться. Среди этих причин можно выделить следующие:

1. Переход потребителей к более экономному поведению, которое выразилось в активном развитии формата мягких и жестких дискаунтеров.

2. Развитие сетевых магазинов у дома, территориально приближенных к покупателям, за счет их выверенного ассортимента позволило закрыть основные потребительские потребности покупателей [8].

3. Гипермаркеты в большей степени, чем все прочие розничные форматы, оказались уязвимы перед развитием интернет-торговли [1].

В связи с этим флагман российской продовольственной розницы – X5 Group полностью отказалось от формата гипермаркета, а второй по значимости игрок – Магнит почти в 2 раза сократил этот формат [5; 6].

Падение интереса покупателей затронуло и формат супермаркетов. Если по данным 2014 года на супермаркеты приходилось около 18 % всех продаж в продовольственной рознице в России [1] (12 % занимали гипермаркеты), то по итогам 2023 года на них приходилось только 11 % (5 % для гипермаркетов) [3].

Самым активно развивающимся форматом розничной торговли в последнее десятилетие стал дискаунтер, который включает в себя две основные разновидности – жесткий и мягкий вариант, отличающиеся широтой ассортимента, уровнем цен и оформлением торгового зала [9].

По данным агентства InfoLine, на долю этого формата в 2017 году приходилось только 1,5 % от объема продовольственной розницы России, то по итогам 2023 года этот показатель достиг уже 6 % [3].

Привлекательность формата мягких и жестких дискаунтеров для российского рынка обусловлена низким уровнем цен на основной набор потребительских продуктов (в основном продовольственных товаров). В условиях падения или стагнации реальных денежных доходов населения, высокого уровня инфляции этот фактор является важным элементом конкурентоспособности формата.

Крупнейшие розничные сети в последние годы стали активно изучать опыт дискаунтеров и инвестировать в создание и развитие своих сетевых магазинов низких цен.

Цели и задачи исследования

Целью работы является исследование эффективности развития формата дискаунтера крупнейшими розничными сетями, выявление особенностей внедрения формата у разных участников рынка.

Методы исследования

Методологическую основу исследования составляют системный и сравнительный подходы.

Полученные результаты

Интерес к развитию формата дискаунтер появился у крупнейших игроков продовольственной розницы в конце 10-х годов, и к настоящему времени они обладают большим числом торговых точек, работающих в данном формате (табл.)

Характеристика сетей дискаунтеров, принадлежащим основным
российским розничным сетям [5; 6]

Название сети магазинов-дискаунтеров	Тип дискаунтера	Количество товарных позиций в ассортименте	Торговая площадь, м ²	Особенности сети
Чижик (X5 Group)	Жесткий дискаунтер	750-800	294	Привлекательный интерьер, большой выбор свежих продуктов, доля собственных торговых марок (СТМ) сети более 50 %
Моя цена (Магнит)	Мягкий дискаунтер	2100	150–300	Доля СТМ менее 25 %. Основные продовольственные товары, большая доля СТМ и товаров в экономичной упаковке
В1 (Магнит)	Жесткий дискаунтер	1000	280–400	Ассортимент закрывает основные потребительские потребности, средняя доля СТМ (меньше 50 %). Акцент сделан на товарах с коротким сроком годности, фруктах и овощах.
Да+ (Окей)	Мягкий дискаунтер	2000–2500	250–400	Наличие в ассортименте товаров бытовой химии, товаров для дома

Основные игроки рынка при развитии своих форматов дискаунтеров значительное внимание уделяют степени присутствия собственных торговых марок в ассортименте магазинов. Высокая доля СТМ в торговой матрице магазинов – одна из ключевых особенностей дискаунтеров как розничного формата. Западные сети дискаунтеров (Aldi, Lidl) свои потребности в товарах до девяти десятых закрывают за счет СТМ [2].

Именно предложение таких марок в рамках дискаунтеров позволяет им, с одной стороны, поддерживать надежные поставки качественных товаров, а, с другой, за счет контроля всей товаропроводящей цепочки, обеспечивать приемлемый уровень цен для своих покупателей.

Относительно низкий уровень цен достигается путем изготовления больших партий продукции (экономия на эффекте масштаба производства) при поддержании низких затрат на продвижение. В целом товары СТМ на 15–25 % дешевле своих рыночных конкурентов.

В плане производства и продажи СТМ сети быстрее могут оценить реакцию покупателей на товар, а благодаря знанию потребительских предпочтений своей аудитории, внести изменения в товар или ассортиментную матрицу сети. Кроме того, производство СТМ обеспечивает сетям стабильность ассортимента магазинов, что благотворно сказывается на лояльности покупателей. Непостоянство ассортимента является слабым местом многих традиционных сетей дискаунтеров.

Тренд на увеличение доли СТМ является общим для всех российских сетей, но степень присутствия подобных товаров в ассортименте пока существенно отличается (от 15 до 50 %).

Значимым элементом, влияющим на успешность сетей дискаунтеров в условиях возрастающей конкуренции, является не только уровень цен на предлагаемые продукты, широта ассортимента и качество предлагаемых товаров, но и оформление торгового зала, уровень сервиса. Потребители стали чаще обращать внимание на оформление торговой точки, удобство выбора и перемещения внутри магазина.

В последующие годы будет наблюдаться растянутая во времени трансформация формата дискаунтера в направлении расширения ассортимента товаров, улучшения уровня обслуживания покупателей, оказания им дополнительных услуг (например, доставка интернет-заказов).

Формат жестких дискаунтеров по мере улучшения экономической ситуации будет трансформироваться в формат мягких торговых предприятий, но часть игроков этого рынка останется в первоначальном формате, в котором они показали свою эффективность.

Можно утверждать, что российский рынок дискаунтеров находится на плато своего развития, на рынке оперирует уже десятки региональных и федеральных сетей жестких и мягких дискаунтеров. При этом между старыми игроками рынка и новыми участниками, в том числе возникших в результате диверсификации крупнейших российских розничных сетей, усиливается конкуренция, которая приведет к уходу с рынка неэффективных участников.

Выводы

В среднесрочной перспективе российский рынок дискаунтеров будет демонстрировать не только количественный рост как по числу торговых точек, но и качественное изменение за счет все более активного присутствия федеральных сетей. Крупнейшие розничные сети за счет отработанных бизнес-моделей смогут потеснить на рынке традиционных дискаунтеров.

Активное развитие региональных и федеральных сетей дискаунтеров существенно усилит конкурентную борьбу в секторе, что приведет к банкротству некоторых игроков рынка, которые не смогут поддерживать эффективную бизнес-модель своей торговой сети в будущем.

Список использованной литературы

1. Левкин А. Кризис гипермаркетов: почему покупателям они больше не нравятся / А. Левкин. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/news/hyper-crisis>.
2. Максимова В. Эра дискаунтеров: российская специфика и перспективы / В. Максимова. – URL: <https://www.retail.ru/articles/era-diskaunterov-rossiyskaya-spetsifika-i-perspektivy>.
3. Морозова Я. супермаркеты и гипермаркеты стагнируют или уходят в минус, а дискаунтеры и онлайн-продажи активно растут / Я. Морозова. – URL:

<https://www.retail.ru/news/infoline-supermarkety-i-gipermarkety-stagniruyut-ili-ukhodyat-v-minus-a-diskauntery-i-onlayn-prodazh>.

4. Новикова Н.Г. Анализ результатов управления ассортиментом в сфере услуг розничной торговли в контексте конкурентной стратегии торговой организации / Н.Г. Новикова // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2015. – Т. 25, № 6. – С. 947–955.

5. Отчет инвесторам за 1-е полугодие 2024 г. ПАО «Магнит». – URL: https://www.magnit.com/upload/iblock/3e6/tqp8198z7z7vth59vsicaqn5d5yk8awt/Magnit_1H%202024_rus.pdf.

6. Отчет инвесторам за 3 квартал 2024 г. X5 Group. – URL: https://www.x5.ru/wp-content/uploads/2024/10/x5-investor-presentation_rus.pdf.

7. Федотов А.Н. Особенности организации маркетинга сетевого продуктового ритейла в условиях новых торговых форматов / А.Н. Федотов // Baikal Research Journal. – 2021. – Т. 12, № 1. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_45611006_85735299.pdf.

8. Щепина С.В. Развитие существующих и альтернативных форматов торговли сетевого ритейла в условиях пандемии / С.В. Щепина // Baikal Research Journal. – 2021. – Т. 12, № 2.

9. Юртаева В.К. Формирование карты показателей торгового формата «жесткий дискаунтер» в продуктовых торгово-розничных сетях / В.К. Юртаева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – № 3. – С. 33–42.

Информация об авторах

Холмовский Станислав Геннадьевич – кандидат экономических наук, доцент, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: staskhol@mail.ru.

Холмовская Полина Станиславовна – студент, факультет внешнеторгового менеджмента, Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация e-mail: holmovs05@gmail.com.

Authors

Stanislav G. Kholmovsky – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: staskhol@mail.ru.

Polina S. Kholmovskaya – student, Faculty of Foreign Trade Management, All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, Moscow, the Russian Federation, e-mail: holmovs05@gmail.com.

ПОВЫШЕНИЕ ЭКОЛОГИЧНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Аннотация. Внутренний туризм, развитию которого в настоящее время уделяется все больше внимания по целому ряду причин, невозможно представить себе без соответствующего ему уровня развития индустрии общественного питания. Опыт, приобретенный в период пандемии, новые зеленые технологии, а также знакомство и критическая оценка современной международной практики ведения гастрономического бизнеса позволяют обеспечить устойчивое развитие в этой сфере.

Ключевые слова: экология, внутренний туризм, предприятия общественного питания, новые технологии, индустрия гостеприимства.

O.R. Tsabolova,
Y.O. Tsunaeva

IMPROVING THE ENVIRONMENTAL FRIENDLINESS OF PUBLIC CATERING ENTERPRISES AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

Abstract. Domestic tourism, the development of which is currently receiving increasing attention for a number of reasons, cannot be imagined without an appropriate level of development of the catering industry. The experience gained during the pandemic, new green technologies, as well as familiarity and critical assessment of modern international practices of conducting gastronomic business allow us to ensure sustainable development in this area.

Keywords: ecology, domestic tourism, catering enterprises, new technologies, the hospitality industry.

Введение

Устойчивое развитие индустрии гостеприимства невозможно представить без устойчивого развития системы общественного питания. Гастрономическая составляющая, даже не будучи основной целью путешествия, в значительной степени определяет впечатления от поездки в целом. Современный человек уделяет больше внимания своему здоровью, чем это можно было наблюдать ранее. Люди стремятся как можно дольше сохранять молодость и оставаться в хорошей физической форме. По этой причине они стараются пить больше воды, занимаются спортом и следят за своим питанием, отказываясь от вредной пищи и оказывая предпочтение здоровым экологически чистым продуктам.

Исследование мировых тенденций (например, исследование маркетинговой компании Culinary Visions, работающей в сфере общественного питания) по-

казало, что 83 % посетителей хотели бы, чтобы рестораны внедряли экологические практики. Более того, свыше 65 % потребителей готовы платить больше за блюда в тех ресторанах, которые внедряют экологические практики: около 41 % согласны переплачивать 1–10 %, около 26 % – более чем 10 % [3]. В соответствии с этими тенденциями предприятия общественного питания во всем мире и в нашей стране стремятся соответствовать новым запросам потребителей, чтобы обеспечить своей отрасли устойчивое развитие.

Предприятия общественного питания для обеспечения устойчивости своего бизнеса должны стремиться к получению прибыли экологически чистыми способами притом, что, кроме этого, их деятельность должна носить социально приемлемый характер. Такие предприятия постоянно снижают затраты, сокращая потребление электроэнергии и сводя к минимальным показателям пищевые отходы. Путем сознательной экономии ресурсов предприятия уменьшают воздействие на окружающую среду и способствуют ее сохранению для последующих поколений. Также сохранять природные ресурсы помогает тенденция использовать для приготовления блюд местные сезонные продукты, что исключает дальние перевозки и способствует развитию местного сельского хозяйства и народных промыслов. Кроме того, предлагая гостям отведать новые блюда из экологически чистых местных продуктов, предприятия общественного питания способствуют закреплению полезных предпочтений в пище и формируют здоровые вкусовые привычки. Приверженность экологически чистым технологиям многие рестораны и кафе подчеркивают оформлением интерьера природными материалами.

Методы исследования

При написании статьи использовались методы системного анализа.

Цели и задачи исследования

Целью исследования является изучение методов повышения экологичности и ресурсосбережения ресторанов и иных предприятий питания в рамках устойчивого развития индустрии гостеприимства и сферы услуг. Особенно актуальным экологически чистое и социально ориентированное функционирование предприятий общественного питания в нашей стране становится в связи с задачей ускоренного развития внутреннего туризма.

Полученные результаты

Местные производители и поставщики заинтересованы в сотрудничестве с расположенными поблизости предприятиями общественного питания, поскольку им не приходится искать партнеров вдали от места производства и заниматься транспортировкой своей продукции в более отдаленные точки, рискуя свежестью товара и отягощая атмосферу выхлопными газами. В целом тесное сотрудничество региональных предприятий индустрии гостеприимства с местными фермерами способствует не только устойчивому развитию этой отрасли, но и экономи-

ческому развитию региона, а также продвижению продуктов местных марок на продовольственном рынке страны.

Не следует также забывать о необходимости минимизации отходов и рациональном их использовании в хозяйстве. Раздельный сбор и сортировка отходов способствуют сохранению природы и являются в значительной степени одним из условий устойчивого развития. Например, в рамках глобальной стратегии устойчивого развития компания «Макдоналдс» к 2025 году намерена использовать упаковку, которая будет полностью состоять из вторичного сырья или возобновляемых материалов – бумаги, картона, биопластика. На начало 2021 года более 85 % тары в России уже производится из сертифицированных бумаги и картона, производство сырья для которых не вредит лесам [3].

Правильно компостированные биологические отходы превращаются в плодородный грунт для выращивания собственных фруктов и овощей. Отказ от одноразовых пластиковых контейнеров, бутылок, трубочек, столовых приборов и т.д. и переход к альтернативным решениям сокращает количество отходов и позволяет сохранить первозданную чистоту природы в тех местах, где это еще возможно. Кафе и рестораны во избежание загрязнения окружающей среды бумажным и пластиковым мусором предлагают гостям пользоваться многоразовыми салфетками из ткани и металлическими трубочками для напитков. Доставка блюд на дом осуществляется в многоразовых контейнерах, за которые заказчик вносит небольшую сумму залога.

Важную роль в экологичном ведении ресторанного бизнеса играют экономия воды и электроэнергии. Существует множество способов экономить эти ценные ресурсы от весьма экзотических до самых простых. Правильное планирование закупки продуктов строго в соответствии с потребностями каждого конкретного предприятия общепита позволяет избежать порчи значительной их доли и сокращает нерациональное потребление таких ценных ресурсов как вода и электричество.

На сегодняшний день существует несколько успешно функционирующих российских заведений, которые занимаются экологизацией собственной деятельности. Одним из примеров является московский ресторан северной кухни Vjörn, который позиционирует себя как zero waste. В заведении разделяют отходы, отказываются от перерабатываемой упаковки и заказывают продукты напрямую у поставщиков и фермеров. Кроме того, в ресторане используется светодиодное освещение, датчики присутствия и таймеры, энергоэффективное оборудование, смесители с аэраторами, которые позволяют сокращать расход воды и другие энергосберегающие технологии. Ресторан Harvest в Санкт-Петербурге минимизирует потребление ресурсов, включая продукты и расходные материалы, сортирует и сдает мусор на переработку. Еще одно петербургское инклюзивное кафе, «Огурцы», практикует раздельный сбор, не использует пластик, делает закупки в больших объемах [3].

Посудомоечная техника на кухне, работающая в режиме экономии расходует меньше холодной воды и не нагревает ее до высоких температур, сберегая

таким образом и электроэнергию тоже. Установка современных стиральных машин с функцией экорезжима позволяет также экономить ресурсы. Использование современных моющих средств, в сочетании с разумными нормативами их расходования, также способствует развитию гастрономического бизнеса без ущерба для окружающей среды. В целях экономии воды на предприятиях общественного питания в туалетах для персонала и гостей устанавливаются унитазы с системой смыва в два приема или с функцией «стоп – старт», а также раковины со смесителями специально для экономии воды [4].

Устойчивому развитию гастрономического бизнеса на местах способствует также широкое взаимодействие с предприятиями смежных отраслей и сотрудничество с местной администрацией. Участие в благотворительных акциях создает атмосферу понимания с местным населением, а участие и финансирование праздников и фестивалей, поддержка значимых для людей инициатив на местах укрепляет доверие и способствует привлечению новых гостей.

О целях и задачах устойчивого развития индустрии ресторанного бизнеса в целом и каждого конкретного предприятия общественного питания может информировать его собственный сайт, который содержит информацию о местных продуктах и приготовленных из них блюдах, о благотворном воздействии, которое они оказывают на здоровье, о поставщиках этих продуктов и т.д. Возможно, такая информация поможет гостю задуматься об ответственном отношении к своему здоровью и здоровью планеты и побудит его отказаться от чрезмерного потребления. Формирование осознанного поведения современного человека нельзя назвать задачей исключительно этой отрасли экономики, но значимость ее лепты не стоит недооценивать.

Выводы

Следует отметить, что на данном этапе в России темпы экологизации заведений общественного питания значительно ниже, чем в США или европейских странах, где этот процесс уже стал модным трендом. Это может быть объяснено достаточно малым числом осознанных потребителей, приверженцев концепции zero waste. При этом наблюдается рост числа осознанных руководителей кафе и ресторанов, которые по собственной инициативе начинают внедрять экологические практики [3].

Россияне в целом пока не очень активно интересуются темой устойчивого развития в ресторанной индустрии. Для того, чтобы интерес возник, владельцам предприятий общественного питания нужно делать для клиентов акцент на концепцию экологичности и безотходного производства через маркетинговые технологии и сервис, а также активно информировать посетителей о применяющихся в заведении экологических инновациях.

Устойчивое развитие предприятий общественного питания невозможно без высококвалифицированного менеджмента. Персонал предприятий гастрономического бизнеса, заинтересованный в его устойчивом развитии, должен иметь высокую мотивацию, проявлять готовность к инновациям, разделять идеи береж-

ного отношения к природе и ее богатствам и, конечно, получать достойную заработную плату, отражающую его вклад в общее дело.

Список использованной литературы

1. Акимова Р.А. Анализ целесообразности внедрения концепции экологического маркетинга на предприятиях общественного питания / Р.А. Акимова // Молодой ученый. – 2022. – № 16 (411). – С. 325–328. – URL: <https://moluch.ru/archive/411/90465> (дата обращения: 10.10.2024).

2. Енова А.Ю. Экоберегающие технологии в сфере гостеприимства / А.Ю. Енова, Е.Е. Коновалова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekosberegayuschie-tehnologii-v-sfere-gostepriimstva> (дата обращения: 12.10.2024).

3. Зачем ресторану солнечная энергия и отдельный сбор мусора. – URL: <https://plus-one.rbc.ru/ecology/zachem-restoranu-solnechnaya-energiya-i-razdelnyy-sbor-musora> (дата обращения: 12.10.2024).

4. Nachhaltige Gastronomie: 15 Tipps für Restaurant & Café. – URL: <https://www.careelite.de> (дата обращения: 12.10.2024).

5. Nachhaltigkeit in der Gastronomie. – URL: <http://www.biologischverpacken.de> (дата обращения: 10.10.2024).

Информация об авторах

Цаболова Ольга Руслановна – кандидат филологических наук, доцент, кафедра управления в международном бизнесе и индустрии туризма, Государственный Университет Управления, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: orts@bk.ru.

Цунаева Юлия Олеговна – старший преподаватель, кафедра управления в международном бизнесе и индустрии туризма, Государственный Университет Управления, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: tsunayev@mail.ru.

Authors

Olga R. Tsabolova – PhD in philology, Associate Professor, Department of Management in International Business and Tourism Industry, State University of Management, Moscow, the Russian Federation, e-mail: orts@bk.ru.

Yulia O. Tsunaeva – Senior Lecturer, Department of Management in International Business and Tourism Industry, State University of Management, Moscow, the Russian Federation, e-mail: tsunayev@mail.ru.

ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА В ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы стоимостно-ориентированного управления бизнесом в условиях обострения международного противостояния. В стоимостно-ориентированном управлении выделены спекулятивный и производственный подходы. Качества стоимостно-ориентированного управления раскрыты в разрезе указанных подходов. Приведен пример расчета стоимости недвижимости в условиях санкционной нестабильности.

Ключевые слова: стоимостно-ориентированное управление, стратегия и тактика, производственный и спекулятивный подходы, эффективность капитала, метод мультипликатора валовой ренты, справедливая стоимость.

V.A. Chernov

THE FACTOR OF PRODUCTION EFFICIENCY IN ASSESSING THE VALUE OF A BUSINESS

Abstract. The article deals with the issues of cost-oriented business management in the context of the aggravation of international confrontation. In value-based management, speculative and production approaches are highlighted. The qualities of value-based management are disclosed in the context of these approaches. An example of calculating the value of real estate in conditions of sanctions instability is given.

Keywords: value-based management, strategy and tactics, production and speculative approaches, capital efficiency, gross rent multiplier method, fair value.

Введение

Оценка стоимости бизнеса становится все более востребованной, как в процессе учета имущества по справедливой стоимости, купле-продаже производственных активов, так и в стоимостно-ориентированном управлении производством. Особенно актуальна оценка в условиях вывода бизнеса из России зарубежными предпринимателями в условиях ужесточения санкционного режима в отношении к России, а также закупки бизнеса резидентами для открытия новых производств, замещающих импортные поставки.

При принятии к бухгалтерскому учету производственных активов, а также при их переоценке по справедливой стоимости руководствуются Российскими стандартами бухгалтерского учета (РСБУ), международными стандартами бухгалтерской отчетности (МСФО – IFRS) и международными стандартами бухгалтерского учета (IAS) [6; 7; 2].

Стоимостно-ориентированное управление или стоимостной менеджмент ориентирован на максимизацию роста стоимости компании. Концепция стоимостного менеджмента заключается в отказе от традиционных бухгалтерских показателей эффективности в пользу показателя добавленной стоимости в ин-

тересах инвесторов и акционеров. Сторонники стоимостно-ориентированного управления используют текущих показателей, например, прибыли для оценки эффективности считают «близорукостью» [4, с. 9–10]. Данная концепция традиционные показатели эффективности, такие как прибыль, рентабельность не приемлет в качестве стратегических, а относит их к показателям текущей деятельности. Сторонники данной концепции считают, что их использование ориентировано на «выжимание соков» из компании, создавая тем самым предпосылки для будущего банкротства. С другой стороны, стоимость компании в их парадигме – стратегический показатель, интегрирующий характеристики текущего состояния и долгосрочной перспективы [4, с. 11–12].

Цель и методы исследования

Целью исследования является оценка стоимостно-ориентированного управления с выявлением в нем спекулятивной и производственной составляющих, сопоставление традиционных показателей эффективности с показателем роста стоимости бизнеса в разрезе спекулятивного и производственного подходов.

Методы исследования

Исследование проведено на основе индуктивных и дедуктивных методов, диалектической логики, группировок. В приведенном примере оценки бизнеса использован метод мультипликатора валовой ренты

Полученные результаты

Опираясь, на претензии сторонников стоимостно-ориентированного управления, зададимся вопросом, есть ли основания, считать рост стоимости компании безупречным показателем улучшения результатов? Ответ на этот вопрос зависит от выбора подхода в достижении роста, в том числе:

– спекулятивный подход, опирающийся на изменение рыночных котировок и их волатильность, изощренный маркетинг.

– производственный подход, основанный на выпуске общественно полезной продукции с улучшением её функциональных, потребительских свойств, повышении качества и конкурентоспособности, культуры производства.

При спекулятивном подходе решающую роль играют промоутеры, рекламодатели, активисты ВТЛ-мероприятий, которые используют изощренную рекламу, способы PR [9]. Такие действия не приводят к увеличению полезных потребительских свойств товара, а стремятся с помощью психологических, финансовых манипуляций сознанием и подсознанием потребителей, формированием ложных ценностных ориентиров, стереотипов и привычек, иррациональных поступков потребителей увеличить рыночную стоимость бизнеса любой ценой, игнорируя социальную корпоративную ответственность (СКО).

Производственный подход опирается на совершенствование конструкций, технологий производства, инновационную активность компаний, совершенствование бизнес-планов и управление финансами. При этом используются следующие

щие показатели экономической эффективности: создание новых производственных фондов или модернизация, реконструкция производства, выпуск новых видов конкурентоспособной продукции или увеличение объемов выпуска продукции, внедрение новых технологий и оборудования, соответствующих мировым стандартам и т.п. [1, с. 17]. В этом случае рост стоимости компании предопределяется текущими показателями эффективности, такими как прибыль, рентабельность и качество выпускаемой продукции, так как именно рост прибыли, а не РР-акции лежит в основе увеличения добавленной стоимости. Привлечение внешних инвесторов, акционеров может быть эффективным и способствовать росту производства и стоимости компании только при условии её эффективной работы, а значит росте прибыли и рентабельности. В противном случае вклады инвесторов окажутся убыточными и приведут к банкротству.

В этом смысле в концепции стоимостно-ориентированного управления требует следующего уточнения. Традиционные бухгалтерские показатели эффективности, такие как прибыль, рентабельность могут рассматриваться не только на текущий момент и на отчетную дату, но и прогнозироваться в долгосрочной перспективе, в стратегическом аспекте, что и является основой стратегического планирования и прогнозирования. Для этого составляют финансовый план с помощью системы бюджетирования. И тут мы имеем дело с перспективным управленческим учетом и анализом.

И если в этом долгосрочном планировании приоритетным становится увеличение стоимости компании, то это ориентирует бизнес на максимальную капитализацию (увеличение фонда накопления) и минимизацию фонда потребления. Но сокращение фонда потребления означает понижение оценки человеческого капитала, который является основной производительной силой компании [9; 5], снижение социальной эффективности [1, с. 17]. А значит, стоимость человеческого капитала будет снижаться, ухудшая деловую репутацию компании (гудвилл), от которой зависит её оценка на рынке [8]. И если такое снижение окажется чрезмерным, это уменьшит стоимость всей компании.

Рассмотрим подходы к оценке недвижимости в условиях санкционного противостояния и возросших потребностей в импортозамещении. Для этого используем мультипликатор валовой ренты (арендной платы) [3].

Для определения валового рентного мультипликатора (GRM) предварительно собирают данные по сопоставимым объектам продаж. Среди них выбирают цену продажи, наиболее близкую к ценам выбранных аналогов. Цену делят на размер соответствующей арендной платы. Полученное значение мультипликатора согласовывают с оценщиком.

Пример. Ряд объектов недвижимости, сдаваемых в аренду, избраны в качестве аналогов для оцениваемого объекта. В их числе выбрано здание, реализованное в период оценки по цене 17 500 ден. ед. с арендной платой 95 ден. ед. за месяц. Тогда мультипликатор валовой ренты определим отношением:

$$GRM = V / I_a = 17\,500 / 95 = 184,21 ,$$

где V – цена реализации аналога; I_a – стоимость арендной платы за месяц.

Полученный показатель используем в следующем примере.

Пример. В результате введения нелегитимных санкций на поставки импортной продукции, стали открываться новые производства на внутреннем рынке для замещения импортных поставок. Это привело к увеличению спроса на производственные площади и, как следствие, повышению арендной платы за пользование производственными помещениями. В результате по избранным 7 аналогам недвижимости арендная плата возросла с 92 до 98 ден. ед. в месяц. Валовой рентный мультипликатор в этом регионе принят в размере 184. Определить экономическое изменение в ценах на оцениваемое здание.

Ориентировочную рыночную цену объекта до изменения арендной платы определим как произведение:

$$V_1 = I_a \cdot GRM = 184 \cdot 92 = 16\,928 \text{ ден. ед.}$$

Тогда стоимость здания после повышения арендной платы при расчете по той же формуле составит

$$V_2 = 184 \cdot 98 = 18\,032 \text{ ден. ед.}$$

Экономическое изменение в оценке недвижимости будет равно разности

$$V_2 - V_1 = 18\,032 - 16\,928 = 1\,104 \text{ ден. ед.}$$

Выводы

В ходе исследования мы рассмотрели процессы изменения стоимости производственных активов в результате миграции бизнеса в условиях ужесточения международного противостояния, что вызывает необходимость выбора финансовых методов оценки стоимости бизнеса. Исследование стоимостно-ориентированного управления привело нас к выделению в нем спекулятивной и производственной составляющих. В данной классификации проведено сопоставление традиционных показателей эффективности с показателем роста стоимости бизнеса в разрезе производственного и спекулятивного подходов, стратегическом и тактическом аспекте. Даны обоснования и рекомендации предпочтений производственному подходу. Приведен практический пример оценки недвижимости в условиях санкционного давления и необходимости импортозамещения.

Список использованной литературы

1. Каталог мер государственной поддержки инвестиционной деятельности в Нижегородской области. Правительство Нижегородской области. Буклет 2020-03-15.indd. – URL: <https://nn-invest.ru/download/?id=1789>.

2. Маховикова Г.А. Оценка стоимости бизнеса + приложение в ЭБС : учебник / Г.А. Маховикова, Т.Г. Касьяненко. – 2-е изд., пер. и доп. – Москва : Юрайт, 2020. – 1 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-01446-4. – EDN CIERTT.
3. Ридченко А.И. Оценка бизнеса: учеб. пособие / А.И. Ридченко. – Омск : ОМГА, 2022. – ISBN 978-5-98566-210-8. – URL: <https://e.lanbook.com/book/266006>.
4. Федотова М.А. Стоимостно-ориентированное управление корпорацией: теория, методология и практика / М.А. Федотова, Т.В. Тазихина, В.В. Григорьев. – Москва : КноРус, 2020. – 146 с. – ISBN 978-5-406-00658-0. – EDN UEВTKB.
5. Чернов В.А. Анализ и финансовое управление трудовыми ресурсами / В.А. Чернов // Финансовый менеджмент. – 2015. – № 5. – С. 12–39.
6. Чернов В.А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность / В.А. Чернов. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 127 с.
7. Чернов В.А. Реалистичность оценки капитала в категориях российских и международных стандартов учета / В.А. Чернов, А.В. Борисова // Учет. Анализ. Аудит. – 2016. – № 5. – С. 18–29. – EDN WNGMDX.
8. Чернов В.А. Учет деловой репутации в качестве фактора устойчивого инновационного развития экономического субъекта / В.А. Чернов, А.А. Серебровская // Управленческий учет. – 2016. – № 7. – С. 101–107. – EDN XCSRРН.
9. Чернов В.А. Финансовые методы оценки человеческого капитала в стоимостно-ориентированном управлении корпорацией / В.А. Чернов // Экономические и гуманитарные науки. – 2023. – № 2 (373). – С. 19–36. – DOI 10.33979/2073-7424-2023-373-2-19-36. – EDN WQFMWQ.

Информация об авторе

Чернов Владимир Анатольевич – доктор экономических наук, профессор, кафедра бухгалтерского учета и аудита, кафедра финансов и кредита, Институт экономики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Российская Федерация, e-mail: chernovva@rambler.ru.

Author

Vladimir A. Chernov – D.Sc. in Economics, Professor at the Department of Accounting and Auditing, Professor at the Department of Finance and Credit, Institute of Economics, National Research Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky, Nizhny Novgorod, the Russian Federation, e-mail: chernovva@rambler.ru.

РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА САМОЗАНЯТЫХ НА ТЕРРИТОРИИ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Рассматриваются количественные и качественные характеристики развития института самозанятых на территории Новгородской области. Обосновывается роль плательщиков налога на профессиональный доход в структуре экономической деятельности региона, взаимосвязь и влияние самозанятых граждан на структуру занятости. Анализируются эффекты реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», в том числе региональная составляющая федерального проекта «Создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами».

Ключевые слова: самозанятые, налог на профессиональный доход, бизнес, предпринимательство, Новгородская область.

А.А. Cherstov

DEVELOPMENT OF THE INSTITUTE OF THE SELF-EMPLOYED IN THE NOVGOROD REGION

Abstract. The article examines the quantitative and qualitative characteristics of the development of the institute of the self-employed in the Novgorod region. The article substantiates the role of professional income tax payers in the structure of economic activity in the region, the relationship and influence of self-employed citizens on the employment structure. The effects of the implementation of the national project «Small and medium-sized entrepreneurship and support for individual entrepreneurial initiative» are analyzed, including the regional component of the regional project «Creating favorable conditions for self-employed citizens to carry out activities».

Keywords: self-employed, professional income tax, business, entrepreneurship, Novgorod region.

Введение

В последние десятилетия в России наблюдается стремительное развитие новых форм занятости, что связано с изменениями в экономической среде и потребностями населения. Одной из таких форм является самозанятость, которая предоставляет возможность индивидуальным предпринимателям и населению вести деятельность без регистрации в качестве юридического лица. Институт самозанятых становится неотъемлемой частью современной экономики и представляет собой важный инструмент для повышения уровня занятости и улучшения условий жизни населения.

Новгородская область, находящаяся на стыке исторических и культурных традиций, а также обладающая ресурсами для экономического роста, представляет собой интересный объект для исследования данного института. Введение

в практику самозанятости в регионе открывает новые горизонты для местных жителей, позволяя им реализовывать свои предпринимательские способности и обеспечивать себя финансово.

Данная статья посвящена анализу современных тенденций в развитии института самозанятых на территории Новгородской области, сравнению количественных и качественных показателей в части плательщиков налога на профессиональный доход, а также мер поддержки, реализуемых на территории региона в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Цель и задачи исследования

Целью данного исследования является всесторонний анализ количественных и качественных характеристик развития института самозанятых на территории Новгородской области, с акцентом на роль плательщиков налога на профессиональный доход в экономической структуре региона и их влияние на занятость населения.

Задачи исследования:

1. Изучить количественные показатели самозанятости в Новгородской области, включая динамику и структуру плательщиков налога на профессиональный доход.
2. Исследовать влияние реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» на развитие института самозанятых.
3. Рассмотреть механизмы и эффекты регионального проекта «Создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами» на уровне Новгородской области.

Методы исследования

Анализ статистических данных, контент-анализ, сравнительный метод

Полученные результаты

Федеральный закон от 27 ноября 2018 года № 422-ФЗ установил экспериментальный специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» в четырех пилотных регионах Российской Федерации. Этот режим могут применять физические лица, включая индивидуальных предпринимателей, которые ведут свою деятельность на территории любого субъекта Российской Федерации.

Физические лица, использующие этот специальный налоговый режим, могут заниматься определенными видами деятельности и получать доходы, облагаемые налогом на профессиональный доход, без необходимости регистрации в качестве индивидуальных предпринимателей, за исключением тех видов деятельности, которые требуют обязательной регистрации согласно федеральным законам, регулирующим соответствующие области.

Отраслевой разрез субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – субъекты МСП) в Российской Федерации по состоянию на 01.01.2023 года: 36 % – в сфере торговли, 20 % – в сфере транспортировки, 10 % – в сфере операции с недвижимостью, 10 % – технологические компании и инжиниринговые центры, 8 % – обрабатывающие производства, 7 % – ИТ, 4% – услуги, 3 % – туризм, 10 % – иные отрасли [1]. Численность занятых в секторе МСП показала рост на 24,1 %, основным драйвером является существенный рост количества самозанятых граждан (табл. 1).

Таблица 1

Численность самозанятых в 2019–22 гг., млн чел.

Показатели	2019	2020	2021	2022
Самозанятые	0,34	1,46	3,64	6,22
Всего занятых в структуре экономики Российской Федерации	22,7	22,95	25,54	28,17

По видам получателей федеральной поддержки более половины получателей – это индивидуальные предприниматели – 56,8 %, юридические лица – 35 %, самозанятые – 0,5 % [2].

В Новгородской области специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» был введен в действие областным законом от 29 мая 2020 года № 565-ОЗ и получил широкое распространение и популярность среди начинающих предпринимателей. Динамика количества самозанятых граждан приведена в табл. 2.

Таблица 2

Количество самозанятых граждан, зарегистрированных на территории Новгородской области (в разбивке по годам)

Показатели	2020	2021	2022	2023	9 мес. 2024
Новгородская область (самозанятых граждан, ед.)	2 067	9 633	17 913	27 229	34 777

Темп роста 2021 года к 2020 по самозанятым гражданам – 466,0 %.

Темп роста 2022 года к 2021 по самозанятым гражданам – 186,0 %.

Темп роста 2023 года к 2022 по самозанятым гражданам – 152,0 %.

Темп роста текущего периода 2024 года к 2023 году составил – 127,7 % [3].

Несмотря на нисходящую динамика темпа роста число самозанятых общая тенденция к их увеличению сохраняется. Это стало возможным благодаря реализации региональной составляющей федерального проекта «Создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами», на реализацию которого в течение 2020–2024 года потрачено более 12 млн рублей средств федерального и регионального бюджетов.

С 2020 года в контексте национального проекта, осуществляемого министерством инвестиционной политики Новгородской области, Агентством развития Новгородской области и центром «Мой бизнес», реализуются мероприятия, направленные на популяризацию режима самозанятости. В частности, проводятся обучающие мероприятия, включая тренинги, круглые столы и вебинары, что способствует повышению информированности и квалификации граждан.

В рамках программы наставничества для самозанятых, таких как «Самолет» и «Самолет. Бизнес-класс», с 2021 года обучение прошло почти 500 участников. Ключевым эффектом от программы наставничества является переход из самозанятости в индивидуальные предприниматели.

Кроме того, самозанятые имеют возможность получать консультации в центре «Мой бизнес» по вопросам государственной поддержки, бизнес-планирования и юридических аспектов предпринимательской деятельности.

Создание и регулярное обновление специализированной интернет-страницы «Витрина самозанятых Новгородской области» обеспечивает представление продукции и услуг более чем 200 самозанятых.

В центре «Мой бизнес» также была открыта коворкинг-зона на 12 рабочих мест с льготными условиями аренды. В последние годы (с 2021 года) арендаторами регионального и муниципального имущества становятся не только субъекты МСП, но и самозанятые граждане. Из общего объема предоставленного в аренду имущества – 2 % это самозанятые граждане.

К дополнительным услугам относятся поддержка в регистрации товаров на маркетплейсах, регистрация товарных знаков и разработка бизнес-планов, включая помощь кандидатам на получение социальных контрактов для открытия и/или развития собственного дела.

Важным аспектом является содействие участникам в торгах и выставочно-ярмарочных мероприятиях как на территории Новгородской области, так и за её пределами.

Кроме того, в Новгородском фонде поддержки малого предпринимательства функционирует специальная программа льготного кредитования для самозанятых, предоставляющая займы до 500 тысяч рублей на срок до трех лет под 10 % годовых [5].

Всего за 2022–2024 гг. финансовую поддержку получили 32 предпринимательских проекта на общую сумму 14,3 млн рублей. [4]

Выводы

Развитие института самозанятых на территории Новгородской области создаёт основу для дальнейшего роста предпринимательской активности и способствует формированию нового поколения бизнесменов. Самозанятые играют ключевую роль в экономике региона, обеспечивая гибкость и адаптивность трудового рынка. Анализ значимости самозанятости показывает, что это не только первый шаг к полноценному бизнесу, но и эффективный способ повышения доходов и улучшения качества жизни граждан.

Наблюдаемая динамика развития самозанятых свидетельствует о необходимости продления законодательства о самозанятости и после 31 декабря года. Это позволит обеспечить стабильность и предсказуемость для потенциальных участников налогового режима, способствуя росту числа самозанятых и их интеграции в экономическую структуру как страны, так и региона.

Кроме того, представляется целесообразным сохранить отдельный федеральный проект по поддержке самозанятых граждан в структуре национальных проектов в период 2025–2030 гг. Это будет способствовать созданию более благоприятной бизнес-среды, расширению возможностей для самозанятых в области доступа к финансированию, обучению и консультациям.

Дополнительно предлагается в целях поддержки внутреннего туризма установить ставку 0 % по налогу на добавленную стоимость (НДС) для организаций, осуществляющих предоставление гостиничных услуг и туроператорскую деятельность, а также инициировать внесение изменений в Федеральный закон от 27 ноября 2018 г. № 422-ФЗ, позволяющий самозанятым гражданам применять «Налог на профессиональный доход» при осуществлении деятельности по сдаче в аренду (наем) объектов коммерческой недвижимости, оборудованной для размещения туристов;

Таким образом, развитие института самозанятых требует комплексного подхода, включающего актуализацию законодательства и поддержку на уровне национальных проектов, что в свою очередь позволит повысить уровень занятости и предпринимательской активности в Новгородской области.

Список использованной литературы

1. Доклад о состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019–2022 гг., Москва, 2023. – С. 11–12. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_o_sostoyanii_msp_v_rossiyskoy_federacii_i_merakh_po_ego_razvitiyu_za_20192022_gg.html.

2. Доклад о состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019–2022 гг., Москва, 2023. – С. 56. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_o_sostoyanii_msp_v_rossiyskoy_federacii_i_merakh_po_ego_razvitiyu_za_20192022_gg.html.

3. Меры поддержки инвестиционных проектов. Министерство экономического развития РФ. – URL: <https://invest.economy.gov.ru>.

4. Инновационная инфраструктура поддержки малого предпринимательства. – URL: <https://msp.novreg.ru/innovatsionnaya-infrastruktura-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>.

5. Новгородский фонд поддержки малого предпринимательства. – URL: <https://nfpp.ru>.

Информация об авторе

Черствов Александр Александрович – аспирант, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Российская Федерация, e-mail: 689555@inbox.ru.

Author

Alexander A. Cherstvov – postgraduate student, Yaroslav the Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, the Russian Federation, e-mail: 689555@inbox.ru.

ОБ УПРАВЛЕНИИ ЗАТРАТАМИ В ПРОЕКТАХ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Аннотация. В исследовании приводится анализ затратной части проектов жилищного строительства. Актуальность темы связана с высокими темпами жилищного строительства в России и необходимостью расширения научно-практических исследований в области управления затратами. Маржинальность жилищных проектов напрямую зависит от управления затратами и влияет на принятие инвестиционных решений в сфере жилищного строительства. Управление затратами базируется на группировке затрат и определении направлений их минимизации. Экономические эффекты от управления затратами оцениваются с помощью финансовых моделей, которые ложатся в основу принятия управленческих решений по управлению жилищным проектом.

Ключевые слова: управление затратами, жилищный проект, застройщик, себестоимость, способы оптимизации затрат.

I.A. Shitova

ABOUT COST MANAGEMENT IN HOUSING CONSTRUCTION PROJECTS

Abstract. The study provides an analysis of the cost part of housing construction projects. The relevance of the topic is related to the high rates of housing construction in Russia and the need to expand scientific and practical research in the field of cost management. The marginality of housing projects directly depends on cost management and affects investment decisions in the field of housing construction. Cost management is based on grouping costs and determining the directions of their minimization. The economic effects of cost management are estimated using financial models, which form the basis for making managerial decisions on housing project management.

Keywords: cost management, housing project, developer, cost, cost optimization methods.

Введение

Принято считать, что деятельность застройщика сводится к трем основным процессам: проектирование, строительство и продажа. Но, так как жилищное строительство осуществляется через проектное финансирование, суть инвестиционной деятельности застройщиков сводится к управлению финансовыми потоками и их распределению. Важно отметить, что деятельность застройщиков в сфере жилищного строительства уже не считается высокомаржинальным видом бизнеса [1] и в настоящее время перед игроками этого рынка проблема управления затратами становится все более актуальной. Бюджет проекта жилищного строительства, как и любого другого проекта, состоит из доходной и расходной части. Управление проектом может быть направлено как на увеличение доходной части, так и на сокращение расходной

части. Управление доходной частью (выручкой от реализации), как правило связано с маркетинговой стратегией, технологиями продаж, продвижением продукта и его позиционированием на рынке [2]. С точки зрения проектного менеджмента, управление затратами является более сложной задачей, нежели управление доходом.

Цель и задачи исследования

Целью исследования является определение направлений оптимизации затрат при реализации жилищных проектов. Задачи: формирование статей затрат; определение степени их влияния на себестоимость, обзор направлений по оптимизации затрат, определение метода оценки эффективности управления затратами.

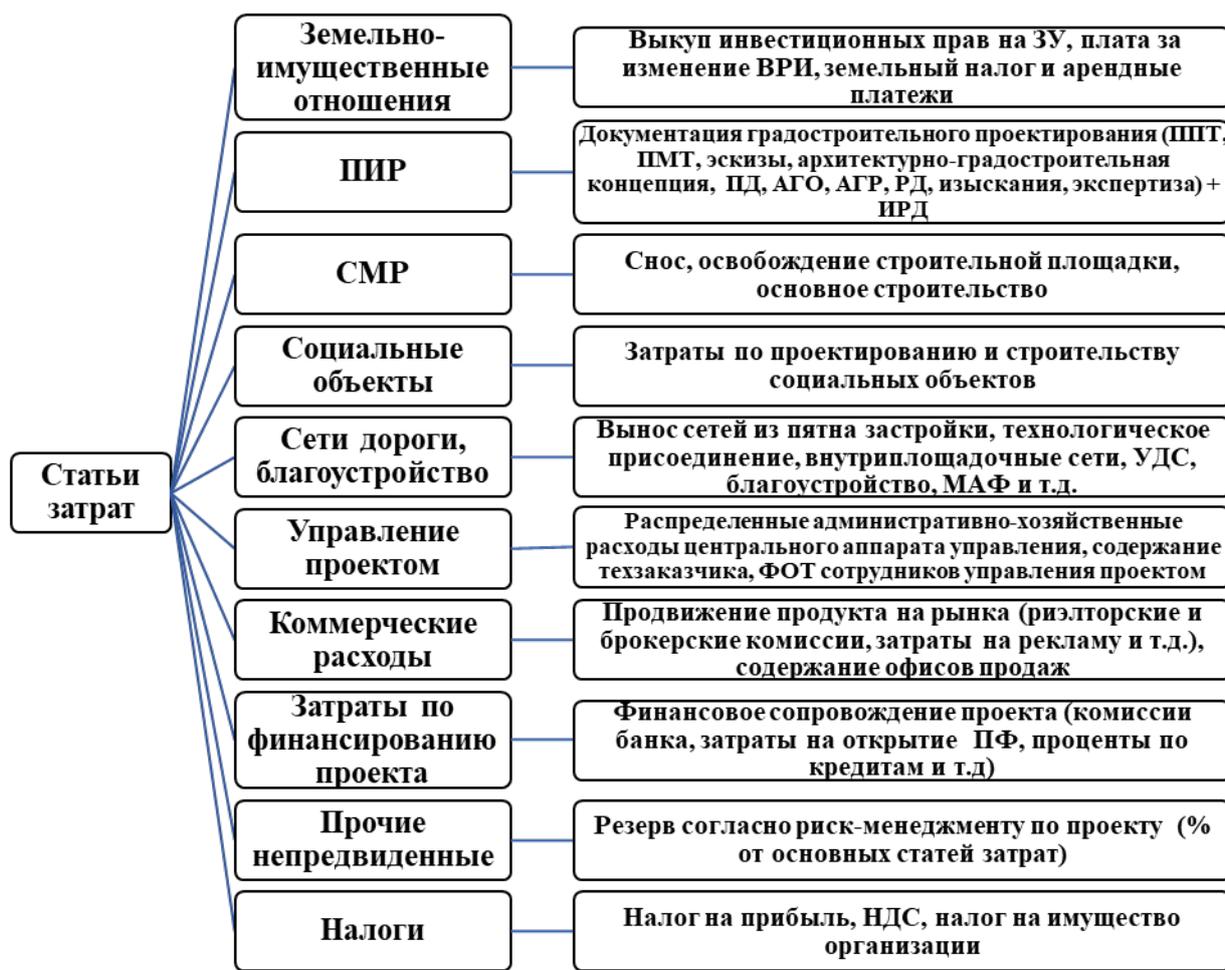
Методы исследования

В работе над статьей были использованы методы исследования: наблюдение, описание, анализ, классификация, обобщение.

Полученные результаты

Затраты в жилищном строительстве имеют сложную структуру, неравномерно распределяются по фазам жизненного цикла проекта и находятся под влиянием ценообразования по целому ряду рынков. По этим причинам оптимизация расходной части проекта на порядок сложнее, чем доходной. Для управления затратами в жилищных проектах необходимо выполнение следующих последовательных шагов. Во-первых, выполняется формирование статей затрат. Во-вторых, определяются главные статьи затрат, которые требуют первоочередного внимания с точки зрения управления (по доле в общей себестоимости или по иному признаку). В-третьих, выполняется несколько итераций по вариантам управления затратами. И в-четвертых, осуществляется финансовое моделирование для оценки экономических эффектов от решений по управлению затратами.

Статьи затрат – это все расходы застройщика, которые заносятся в затратную часть бюджета проекта согласно бюджетному классификатору. Формирование бюджетного классификатора относится к управленческому учету, поэтому не является законодательно-регулируемым процессом. В целях настоящего исследования, рассматривается некий стандартный перечень статей затрат, который можно считать универсальным для анализа жилищных проектов, реализуемых в условиях проектного финансирования жилищного строительства. Группировка статей затрат представлена на рисунке.



Группировка статей затрат застройщика при реализации жилищного проекта
(Составлен по: [3])

Представленная группировка статей затрат схожа с разработанной Минстроем формой отчетности застройщиков, которая называется «Сводная накопительная ведомость проекта строительства» [4] и подается застройщиками в Минстрой РФ каждый год. Есть и иные подходы к оценке затрат и экономической эффективности в жилищных проектах. Частично они представлены в научно-исследовательских работах таких авторов, как: О.В. Грушина, Торгашина И.Г., Искандаров Д.З., Бороздина С.М., Владимирова И.Л., Косарева Ю.Ю., Каллаур Г.Ю., Цыганкова А.А., Сироткин С.А. [5–8].

На рисунке представлены крупноагрегированные статьи затрат, которые можно декомпозировать достаточно глубоко, отражая индивидуальную детализацию формирования себестоимости по каждому конкретному проекту жилищного строительства. Можно отметить, что статьи «ПИР», «СМР», «Соцобъекты» «Сети, дороги, благоустройство» можно отнести к «строительной» части себестоимости проекта, а все остальные – к «нестроительной». Их соотношение всегда индивидуально, зависит от региона строительства и от наполнения конкретного проекта.

Для дальнейшего заполнения затратной части необходимо соблюдать основные принципы формирования перечня статей затрат застройщика. Это закрытость (то есть включение полного (исчерпывающего) перечня затрат), его хронологическая последовательность и универсальность использования для аналогичных проектов.

Управление затратами необходимо начать с самых весомых статей в структуре себестоимости. Для этого можно провести их ранжирование и далее переходить к определению путей оптимизации отдельных статей затрат.

Способы оптимизации статей затрат. Для основных затрат по строительству объекта, занимающую, как правило, львиную долю себестоимости жилищного проекта, применяются следующие способы оптимизации:

- подбор аналогов строительных материалов и других строительных ресурсов, при условии, что результатом оптимизации не станет снижение качества строительной продукции и падение ликвидности продаваемого продукта (жилья);

- тендерные процедуры на рынке подрядных работ – это классический инструмент управления себестоимостью в девелоперских проектах;

- оптимизация логистических цепочек и схем закупки материалов. Здесь, управление затратами возможно по нескольким схемам. Первая – если в договорных отношениях между застройщиком и подрядчиком применяется закрытая цена (аналог сметной стоимости строительной продукции). В этом случае застройщик не может управлять этой стоимостью, что с одной стороны лишает его возможности сэкономить, а с другой стороны избавляет его от издержек по организации и управлению системой снабжения. Вторая – это предоставление давальческого сырья. В этой схеме размер экономии может как превысить понесенные дополнительные затраты, так и наоборот привести к росту себестоимости у застройщика. Третья схема – это номинирование поставщиков материалов и оборудования для подрядчиков. В этом случае у застройщика могут быть достигнуты какие-либо индивидуальные ценовые договоренности по закупке стройматериалов, но их поставка будет вестись в рамках договора генподряда.

Для сокращения затрат на выкуп земельного актива (прав пользования ЗУ) могут применяться различные договоренности с лэндлордом, например, торг, рассрочка платежа, альтернативные платежи (взаимозачеты, доля будущей продукции и т.п.). Для г. Москва и Московской области актуальна оптимизация затрат на изменение ВРИ. Для этой цели застройщики могут как минимум ходатайствовать по вопросу рассрочки платежей, а как максимум включением в жилищный проект создание мест приложения труда [9].

Для сокращения налоговой нагрузки застройщику необходимо грамотно вести налоговый учет. Основную долю в налоговой нагрузке имеет налог на прибыль. Его минимизация достигается путем формирования и распределения затратной части на всех этапах жизненного цикла проекта.

При выполнении работ по сетям, дорогам и благоустройству, оптимизация затрат напрямую связана с эффективностью деятельности технического заказчика и его профессионализмом. Здесь справедливы и все способы оптимизации как

для СМР. А также, потенциально, экономия может возникнуть при оптимизации процесса технологического присоединения к сетям, который напрямую зависит от технического заказчика.

При осуществлении строительства социальных объектов, в том числе в рамках договоров КРТ, оптимизация должна рассматриваться еще на этапе проектирования. Во время предпроектной фазы осуществляется планировка территории, где проектные решения весьма вариативны, но так или иначе отражаются на экономике проекта. Здесь важно сохранять баланс – оптимизировать строительство соцобъектов таким образом, чтобы минимизировать затраты застройщика и сохранить нормы градостроительного проектирования.

Как правило, финансирование жилищного проекта осуществляется за счет собственных и заемных средств. Собственные средства застройщик использует на ранних этапах реализации проекта. Далее, по мере приближения к проектному финансированию может привлекать бридж-кредиты, а после получения РНС – проектный кредит. Тем самым складывается целый ряд затрат на финансирование жилищного проекта. Это плата за обслуживание транзакций, проценты по кредитам, плата за открытие проектного финансирования. Способ оптимизации затрат здесь состоит в результативности коммуникации с банками. Так как и застройщики и банки – это коммерческие агенты, то условия их финансовых отношений определяются результатом переговоров. Между банками есть конкуренция, и может стать инструментом снижения затрат по привлечению финансирования. Для принятия решения застройщику необходим анализ предложений банков, где представляется модель динамических ставок, которая рассчитывается, в частности, через показатель LLCR – коэффициент соотношения выручки на счетах эскроу и линией проектного финансирования. Для минимизации издержек здесь необходимо получить коммерческое предложение не от одного банка, а провести анализ нескольких предложений.

Затраты на управление проектом в жилищном строительстве могут сильно отличаться не только по размеру, но и по доле в общей себестоимости. Это обусловлено рядом факторов: размером компании-застройщика, наличием или отсутствием головного офиса, степенью налаженности бизнес-процессов внутри компании и т.д. В целом, это весьма вариативная статья затрат. Оптимизация затрат по управлению проектом кроется в рациональном распределении внутренних и аутсорсинговых ресурсов. В частности, застройщику стоит тщательно анализировать экономические эффекты при расширении штатной структуры.

Проектно-изыскательские работы – хоть и не сильно весомая статья затрат, но весьма непростая. Сама разработка проектной документации (АГК, ППТ, ПД, РД) под силу множеству проектных компаний, однако, далеко не каждая обладает так называемым «GR»-ресурсом. В крупных городах с большим объемом жилищного строительства авторитетные ГИПы и ГАПы представляют собой рынок олигополии и обходятся застройщику не дешево. Оптимизация здесь может состоять в некой компиляции различных разделов проектной документации: части разделов титула, например, можно заказать у маститых архитекторов, а осталь-

ное – у сторонних (региональных) компаний с положительным опытом. Важным моментом для оптимизации затрат на ПИР является то, что оплата этих работ осуществляется застройщиком задолго до получения разрешения на строительство и как, правило, из собственных средств.

Экономическая эффективность применения всех способов оптимизации затрат оценивается при построении финансовой модели проекта. Так как любое проектное решение имеет многофакторные последствия, важно провести комплексный анализ последствий от любого изменения, вносимого в модель. При этом, особенно важно оценивать и параллельное изменение доходной части. Построение множества финансовых моделей, их сравнение и анализ показателей прибыли, рентабельности, нормы доходности, приведет к наилучшим решениям по управлению затратами в жилищном проекте. Но не стоит думать, что финансовая модель – это панацея. Существуют решения, которые невозможно оцифровать и смоделировать. Поэтому не стоит искусственно занижать или пренебрегать статьей непредвиденных затрат и затратами на управление рисками. Закладывание и учет таких затрат в финансовой модели и есть оптимизация себестоимости проекта.

Выводы

Таким образом управление затратами в жилищных проектах должно базироваться на многовариантности способов оптимизации и анализе их экономических последствий. Способы оптимизации, в свою очередь, зависят от правильной классификации затрат у компании застройщика, на основе которой ведется построение финансовых моделей.

Немаловажную роль при управлении затратами несет профессионализм застройщика, который складывается из трех видов ресурса: технологического, административного и финансового. По мере накопления положительного опыта реализации жилищных проектов, застройщик преумножает свой технологический ресурс (уровень профессионализма), что влечет за собой рост административного ресурса и в конечном итоге приводит к экономии финансового ресурса.

Список использованной литературы

1. Тугарёв А.Л. Пищевая цепочка девелопмента: кто и сколько зарабатывает на строительных проектах. / А.Л. Тугарев. – URL: <https://dzen.ru/video/watch/66f6837b8785944e1bfdd1e7>.
2. Подкидышева Т. Продажи падают: ТОП-5 ошибок застройщиков / Т. Подкидышева. – URL: <https://erzrf.ru/publikacii/prodazhi-padayut-top-5-oshibok-zastroyshchikov>.
3. Тугарев А.Л. Оптимизация расходов в девелопменте / А.Л. Тугарев. – URL: <https://erzrf.ru/publikacii/optimizatsiya-raskhodov-v-developmente>.
4. Об утверждении формы и порядка предоставления застройщиками в контролирующей орган отчетности об осуществлении деятельности, связанной

с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, в том числе об исполнении примерных графиков реализации проектов строительства и своих обязательств по договорам, сводной накопительной ведомости проекта строительства. Приказ Минстроя РФ от 12 октября 2018 года № 656/пр. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/551544425>.

5. Грушина О.В. Реновация жилых кварталов в регионах: опыт моделирования и практика реализации / О.В. Грушина, И.Г. Торгашина // Жилищные стратегии. – 2020. – Т 7, № 1. – С. 9–30. – DOI: 10.18334/zhs.7.1.100648.

6. Искандаров Д.З. Метод прогнозирования эффективности реализации инвестиционно-строительных проектов в особой экономической зоне на различных этапах жизненного цикла / Д.З. Искандеров, С.М. Бороздина // Вестник МГСУ. – 2023. – Т. 18, вып. 8. – С. 1283–1297. – DOI: 10.22227/1997-0935.2023.8.1283-1297.

7. Владимирова И.Л. Точность оценки стоимости девелоперского проекта на его жизненном цикле / И.Л. Владимирова, Ю.Ю. Косарева, Г.Ю. Каллагур, А.А. Цыганкова // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2021. – № 6. – С. 5–16. – URL: <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2021-6-5-16>.

8. Сироткин С.А. Экономическая оценка инвестиционных проектов: учебник / С.А. Сироткин, Н.Р. Кельчевская. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 274 с. – DOI 10.12737/1014648. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843555>.

9. О мерах по реализации инвестиционных проектов по созданию мест приложения труда на территории города Москвы. Постановление Правительства Москвы от 31 декабря 2019 года № 1874-ПП. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/564134648>.

Информация об авторе

Шитова Ирина Александровна – старший преподаватель, Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск, Российская Федерация, e-mail: irina-shitova2007@yandex.ru.

Author

Irina A. Shitova – lecturer at the Pacific National University, Khabarovsk, the Russian Federation, e-mail: irina-shitova2007@yandex.ru.

СТРОИТЕЛЬСТВО ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДОМОВ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРУПНЫХ ДЕВЕЛОПЕРСКИХ КОМПАНИЙ

Аннотация. В работе рассматриваются тенденции первичного рынка жилой недвижимости, в частности проанализированы показатели роста продаж и обусловившие их факторы в секторах строительства многоквартирных и индивидуальных жилых домов за последние 3–3,5 года, рассмотрены факторы привлекательности диверсификации в сектор индивидуального жилищного строительства, показаны преимущества крупных девелоперских компаний по сравнению с традиционными застройщиками, функционирующими в секторе индивидуального жилищного строительства.

Ключевые слова: девелоперы, индивидуальное жилищное строительство, семейная ипотека, диверсификация бизнеса.

S.V. Shchepina

CONSTRUCTION OF INDIVIDUAL HOUSES HOW TO DIVERSIFY THE ACTIVITIES OF LARGE DEVELOPMENT COMPANIES

Abstract. The work examines trends on the primary residential real estate market, in particular, sales growth rates and the factors that determined them in the construction sectors of multi-apartment and individual residential buildings over the past 3–3,5 years were analyzed, factors of attractiveness of diversification into the individual housing construction sector are considered, the advantages of large development companies compared to traditional developers operating in the individual housing construction sector are shown.

Keywords: developers, individual housing construction, family mortgage, business diversification.

Введение

Строительный рынок России в последние 5 лет претерпевает существенные изменения. Переход на эскроу-счета при строительстве многоквартирных домов, введение разнообразных льготных ипотечных программ, с одной стороны, существенно поменяли бизнес-модель строительных компаний, а с другой, привели к существенным ценовым перекосам на рынке. Сворачивание льготной ипотеки в июле 2024 года, существенное ужесточение условий по другим ипотечным программам, кардинально сократили спрос на квартиры, что напрямую отрицательно влияет на экономические показатели девелоперских компаний. Поэтому поиск путей увеличения продаж девелоперов является актуальным направлением исследований.

Цель и задачи исследования

Целью исследования состоит в рассмотрении необходимости и возможности диверсификации деятельности девелоперов в сектор индивидуального жилищного строительства (ИЖС).

Для достижения поставленной цели следует решить следующие основные задачи:

Проанализировать показатели роста продаж и обусловившие их факторы в секторах строительства многоквартирных и индивидуальных жилых домов за последние 3–3,5 года.

Рассмотреть факторы диверсификации в сектор ИЖС.

Методы исследования

При проведении исследования необходимости и возможности диверсификации деятельности девелоперов в сектор ИЖС были использованы общенаучные методы исследования: научное описание, научный анализ, научный синтез, научное обобщение, метод установления причин явлений.

Полученные результаты

Одним из направлений диверсификации строительного бизнеса на падающем рынке может быть выход строительных компаний на рынок строительства индивидуальных домов.

Традиционно строительный рынок России представлен двумя плохо пересекающимися секторами: строительство многоквартирных домов, являющееся сферой приложения интересов специализированных строительных компаний, и рынок строительства индивидуальных домов (далее ИЖС), которые в основном возводятся силами либо самих будущих собственников, либо строятся небольшими строительными фирмами.

Если ранее на долю строительства многоквартирных домов приходилась большая часть строительного рынка России в целом, то в последние годы ситуация существенно изменилась.

Начиная с 2021 года доля жилья, возводимого населением за счет собственных и ли заемных средств, в общем объеме ввода жилой недвижимости превысила 50 % [1].

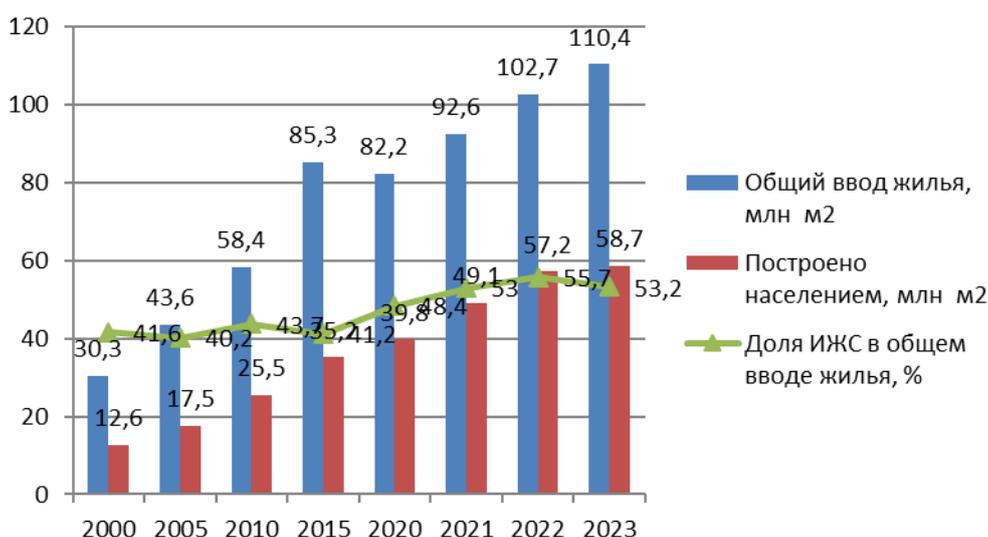


Рис. 1. Ввод жилой недвижимости в РФ за 2000–2023 гг., млн м²

У такого перелома многолетнего статус-кво на российском строительном рынке, по мнению экспертов, есть ряд объяснений. Рассмотрим факторы диверсификации крупных девелоперов в сектор ИЖС.

Основным (первым) фактором развития ИЖС по мнению экспертов является стремительный рост цен на жилье в многоквартирных домах, начиная с введением в 2020 гг. льготных ипотечных программ на новостройки. Предложение квартир в строящихся многоквартирных домах под незначительный первоначальный взнос (10–15 % от стоимости объекта недвижимости) под субсидированную со стороны государства ипотечную ставку привело к значительному росту цен на первичную недвижимость. Это не могло в настоящее время не сказаться на привлекательности приобретения квартир в многоквартирных домах.

Так, за 2021 – август 2024 гг. по данным Дом.РФ в целом по стране стоимость 1 м² жилой недвижимости в новостройке выросла на 68,44 %, при уровне российской потребительской инфляции за аналогичный период времени в размере 37,2 % [2].

Для сравнения, по данным того же ресурса, в Сибирском федеральном округе стоимость 1 м² жилой недвижимости выросла за аналогичный период времени на 51,27 %, а в Иркутской области этот показатель увеличился на 54,86 %.

По данным же государственной системы ЕМИСС за 2020 – 1-е полугодие 2024 года средняя цена 1 кв. метра общей площади в российских новостройках увеличилась с 72,7 тысяч рублей в начале периода до 145,9 тысяч рублей. Таким образом, этот показатель вырос за неполные 5 лет практически в 2 раза [3].

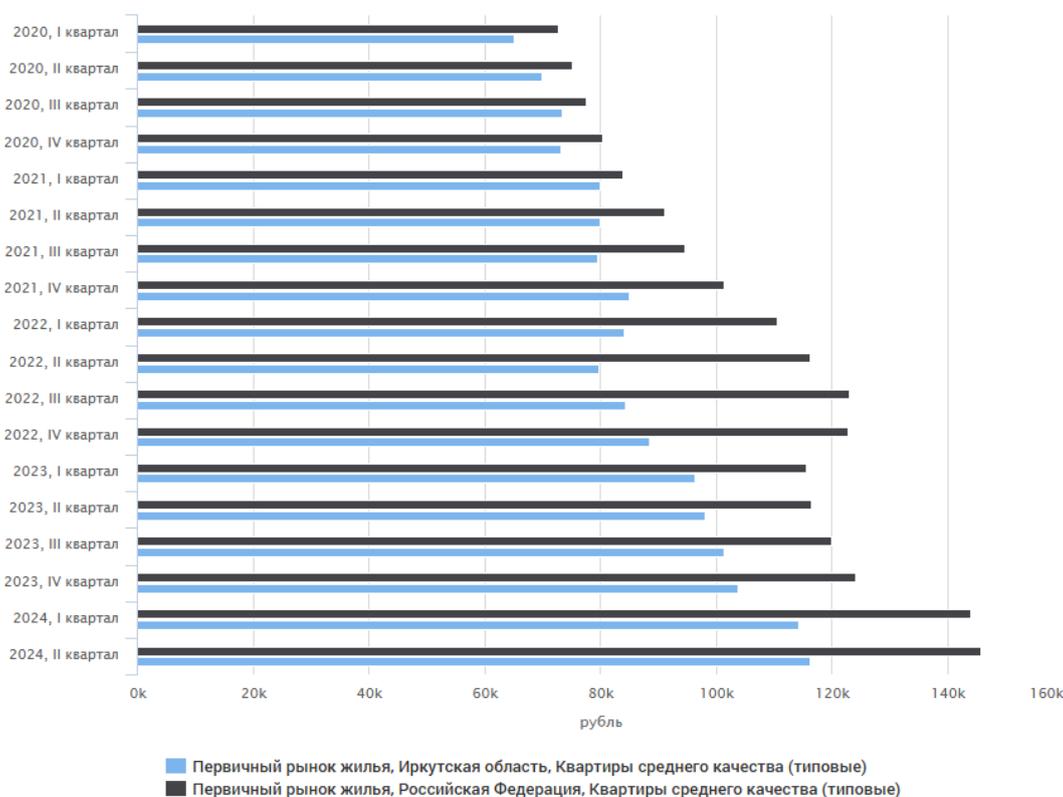


Рис. 2. Динамика средней стоимости 1 кв. общей площади жилья на первичном рынке России и Иркутской области за 2020 – 1 полугодие 2024 гг., тыс. руб.

Вторым фактором, определяющим повышение привлекательности строительства индивидуальных домов, является относительно низкая цена возведения 1 м² подобной недвижимости. По оценкам экспертов, средняя цена возведения 1 м² индивидуального дома «под ключ» колеблется от 55 до 75 тысяч рублей, что в 2–3 раза дешевле, чем при покупке недвижимости в многоквартирном доме [4; 5]. Таким образом, за аналогичную цену покупатель может себе позволить приобрести (построить самостоятельно) жилье площадью существенно больше. Этот факт подтверждают данные государственной статистики.

Так, если объемы ввода индивидуального жилья в 2023 году составили 58,7 млн м² и было введено 431 515 домов, то средняя площадь нового дома составила 136 м², то в отношении квартир данные существенно меньше. При построенных в 2023 году 51,7 млн м² жилья в многоквартирных домах, и общем числе введенных квартир в 1 017 404 единицы, получается средняя площадь возведенной квартиры не превысила 51 м².

Третий фактор, определяющий привлекательность ИЖС, заключается в том, что у будущего владельца есть возможность самостоятельно участвовать в проектировании дома, выбирать удобную планировку и конфигурацию жилья, определяться с материалами, используемыми при строительстве дома. В секторе МКД возможности потребителя в части влияния на процесс проектирования и строительства весьма ограничены/отсутствуют.

Четвертый фактор – это общий тренд на повышение привлекательности жизни в частном доме, который активизировался в том числе и в связи с эпидемией коронавирусной инфекции. Кроме того, последние годы застройщики стали предлагать покупателям приобретение домов различной площади и планировки в благоустроенных поселках, где имеются все коммуникации и организована социальная среда.

Выводы

Таким образом, можно сказать, что привлекательность ИЖС в последние годы только увеличивается и эта тенденция не могла не быть замечена крупными застройщиками, которые ищут новые сферы приложения своих компетенций. Очевидно, что ближайшие несколько лет на фоне заградительных ипотечных процентных ставок и сворачивания льготной ипотеки рынок строительства квартир ждет стагнация или падение. Рынок же индивидуальных домов за счет более низкой себестоимости строительства может обеспечить застройщикам необходимую маржинальность проектов.

Сегодня девелоперы имеют определённое преимущество в секторе ИЖС перед малым строительным бизнесом, который ранее в основном работал на этом сегменте. В силу изменения условий семейной ипотеки, ипотечный кредит на строительство своего дома теперь можно получить только если стройка ведется по 214-ФЗ или при заключении договора подряда с использованием эскроу-счетов. При этом, уже с 1 марта 2025 года вступает в силу закон, по которому в ИЖС становится обязательным использование эскроу-счетов. После этого деньги кли-

ента будут поступать не напрямую подрядчику, а на специальный счет, доступа к которому до завершения строительства не будет ни у одной из сторон сделки.

Механизм использования эскроу-счетов прекрасно отработан кредитными организациями и крупными строительными компаниями. Небольшие строительные компании, которые ранее в основном и занимались ИЖС, не имеют такого опыта и компетенций в этом аспекте. Кроме того, банкам гораздо проще отслеживать деятельность одного крупного застройщика при возведении крупного поселка, чем десятков небольших компаний, строящих или несколько или единственный объект недвижимости.

Выход крупных компаний на этот рынок уже начался. Из последних таких проектов можно выделить «Дмитров дом» от ГК «Самолет. Где планируется возвести 800 тысяч кв. метров индивидуальных домов, «Сабурово Клуб» от компании ФСК Family и др.

Эти обстоятельства позволяют предположить, что в ближайшие годы на рынке ИЖС произойдут существенные структурные и качественные изменения. Крупные застройщики будут диверсифицировать свою деятельность за счет проникновения на рынок ИЖС, увеличивая конкуренцию с мелкими компаниями, часть из которых будет вынуждена его покинуть

Список использованной литературы

1. Росстат : офиц. сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14458>.
2. Индекс цен на первичном рынке жилья ДОМ.РФ. – URL: <https://дом.рф/price-index>.
3. Государственная статистика : офиц. сайт. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31452#>.
4. Смирнов А.П. В России начинается бум индивидуального жилищного строительства / А.П. Смирнов. – URL: <https://stroygaz.ru/publication/dwelling/v-rossii-nachinaetsya-bum-individualnogo-zhilishchnogo-stroitelstva>.
5. Густова Н. Сколько стоит построить частный дом / Н. Густова. – URL: <https://realty.rbc.ru/news/648c58229a794713b0fb71f4>.

Информация об авторе

Щепина Светлана Владиславовна – старший преподаватель, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: sepina@mail.ru.

Author

Svetlana V. Shepina – senior lecturer, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: sepina@mail.ru.

АГРОАГРЕГАТОРЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ БАРЬЕРОВ

Аннотация. В представленной статье автор исследует правовые основы создания и организации деятельности на территории Российской Федерации нового инфраструктурного элемента поддержки субъектов малого предпринимательства, ведущих деятельность в области сельского хозяйства – агроагрегаторов, или агрегаторов фермерской продукции. На основе анализа региональных пилотных проектов по созданию агроагрегаторов дается оценка эффективности внедряемого инструментария для целей повышения конкурентоспособности и преодоления типичных барьеров вхождения на рынки сбыта соответствующего продукта. На основе открытых источников и статистических данных автор отмечает перспективную возможность создания агрегатора фермерской продукции в Байкальском регионе.

Ключевые слова: агроагрегатор, агрегатор фермерской продукции, сельскохозяйственный товаропроизводитель, субъекты малого предпринимательства, ретейлер.

A.V. Yusupova

AGRO-AGGREGATORS IN THE RUSSIAN FEDERATION AS A WAY TO OVERCOME COMPETITIVE BARRIERS

Abstract. In the presented article, the author explores the legal basis for the creation and organization of activities in the Russian Federation of a new infrastructure element to support small businesses operating in the field of agriculture – agricultural aggregators, or aggregators of farm products. Based on the analysis of regional pilot projects for the creation of agro-aggregators, an assessment is made of the effectiveness of the implemented tools in order to increase competitiveness and overcome typical barriers to entering the markets of the corresponding product. Based on open sources and statistical data, the author notes the promising possibility of creating an aggregator of farm products in the Baikal region.

Keywords: agro-aggregator, aggregator of farm products, agricultural commodity producer, small businesses, retailer.

Введение

Традиционно важная и одновременно чувствительная с точки зрения зависимости от значительного числа воздействующих факторов сфера отечественного сельского хозяйства в текущем 2024 году получила новый механизм государственной поддержки. Так, 8 августа Президентом РФ был подписан Федеральный закон № 297-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» и статью 2 Федерального закона «О внесении изменения в статью 7 Федерального закона «Об органической продукции и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – ФЗ № 297) [1]. Довольно оперативно согласованная на всех этапах законотворческого про-

цесса норма ст. 14.1 о развитии инфраструктуры рынка фермерской продукции вводит в оборот термин «агроагрегатор». Статус последнего определяется в качестве организации, зарегистрированные виды деятельности которой, согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности, могут быть отнесены к сфере обращения фермерской продукции, а критерии – соответствуют показателям, установленным Правительством РФ [2, далее – ФЗ № 264]. Изначально запланированное на 1 сентября 2024 г. вступление в силу вводимых указанным документом норм было отложено на 1 марта 2025 г.

Цели и задачи исследования

Безусловно, внедрение в обозримом будущем нового инфраструктурного элемента государственной поддержки в сфере сельского хозяйства, представленного в том числе субъектами малого предпринимательства, требует правового осмысления и прогностического анализа с целью выявления возможных правоприменительных проблем, коллизий, а также уяснения правового эффекта в отношении задействованных в реализации данного механизма лиц. Автором для достижения поставленной исследовательской цели последовательно разрешаются следующие задачи: 1) изучение нового понятийного аппарата и соответствующих ему нормативных критериев; 2) анализ имеющегося на момент проведения исследования экспериментального опыта внедрения инфраструктурного элемента поддержки; 3) оценка эффективности инструментария агроагрегаторов для целей повышения конкурентоспособности в сфере сельского хозяйства, в том числе в Байкальском регионе.

Методы исследования

Для рационального разрешения поставленных задач и достижения поставленной цели автором использовались характерные методы познания: общенаучные – диалектический, логический; частнонаучные – исторический и статистический; специальные – сравнительно-правовой и формально-юридический.

Полученные результаты

ФЗ № 297 закрепляет принципиально новую инфраструктурную модель поддержки хозяйствующих на сельскохозяйственном рынке субъектов – агроагрегаторов, или агрегаторов фермерской продукции. Для эффективной реализации созданного механизма нормативно закреплено понятие «фермерская продукция», которое по смыслу формулируется, исходя из субъектного состава ее производителей – от сельскохозяйственных потребительских кооперативов до граждан, ведущих личное подсобное хозяйство.

При этом объем господдержки также будет различаться в зависимости от субъектного оформления агрегатора. Во-первых, при создании агроагрегатора в организационно-правовой форме сельскохозяйственного потребительского кооператива (далее – СХПК) ему может быть оказана поддержка по всем, предусмотренным нормами ст. 7 ФЗ № 264, направлениям – от информационного обеспе-

чения аграрной политики до развития сельского туризма. Одновременно необходимо учитывать требования, предъявляемые непосредственно к самому СХПК нормами Федерального закона от 08.12.1995 г. № 193 «О сельскохозяйственной кооперации» [3]. Это наиболее выгодная модель создания агроагрегатора.

Во-вторых, законодательная новелла позволит с 1 марта 2025 г. считать агрегатором фермерской продукции любое юридическое лицо, в уставном капитале которого не менее 51 % доли (акций) принадлежит сельхозтоваропроизводителям особой категории – субъектам малого предпринимательства. При этом также необходимо учитывать положения специального законодательства: это могут быть СХПК, крестьянские (фермерские) хозяйства (очевидно, оба варианта – с образованием юридического лица и без такового), а также индивидуальные предприниматели, подпадающие под критерии, установленные ст. 4 Федерального закона от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [4]. Для созданных таким образом агроагрегаторов государственная поддержка будет оказываться только в части обеспечения доступности кредитных ресурсов.

Внедряемые нормы согласуются с положениями Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации [5] в части создания оптово-распределительных центров по закупке продукции у сельскохозяйственных производителей для дальнейшего сбыта через систему розничной торговли, в том числе в рамках механизма внутренней продовольственной помощи населению.

Переходя к описанию сути вводимого механизма, следует отметить, что агроагрегаторы задуманы как элемент инфраструктуры и представляют собой трехсторонний проект, в котором в обязательном порядке участвует государство в лице уполномоченных органов. По задумке авторов одобренного законопроекта, агрегатору потребуется соответствовать заранее определенным Правительством РФ критериям. На момент проведения настоящего исследования нормативного документа в этой части не принято. Детальный порядок организации деятельности агроагрегаторов – вопрос, требующий решения на региональном уровне.

Задача агрегаторов фермерской продукции – предпродажная подготовка и доведение принятой от субъектов малых форм сельского хозяйствования продукции до крупных поставщиков, в последующем – конечных потребителей. Фактически это своеобразный буфер, нивелирующий возможные барьеры для субъектов малого предпринимательства: снижаются логистические расходы фермеров, появляется гарантированный канал сбыта, передается зачастую трудновыполнимая задача по длительному хранению и поддержанию товарной привлекательности фермерской продукции, снимается вопрос о гарантированном минимальном объеме и жестком графике поставки и т.п. Незаинтересованные в работе с мелкими хозяйствующими субъектами ретейлеры и представители крупных сбытовых сетей получают надежного партнера в лице распределительного центра – агроагрегатора, принимающего на себя все значимые для фермеров риски и обязательства.

О.В. Попова еще в 2019 году писала о высоком потенциале государственно-частного партнерства в форме соглашений фермеров и регионального публич-

ного представителя как «способе преодоления барьера в развитии рынка сельхозпродукции» [6, с. 49], указывала автор и на роль цифровизации ключевых процедур взаимодействия. В свою очередь, А. Бычков отмечал, что «для компаний, пользующихся услугами агрегаторов, ценность сотрудничества с ними состоит в увеличении объема реализуемых товаров и услуг за счет получения отдельного канала продаж и дополнительной возможности продвигать свои продукты на рынке» [7, с. 114].

В целом, пилотное внедрение механизма агрегаторов фермерской продукции стартовало в Российской Федерации в 2022 году – в проект включились 2 региона. Так, ПАО «Магнит» в начале 2024 года сообщил об успешном увеличении в Тульской области почти на треть закупок у фермерских хозяйств в 2023 году по сравнению с предыдущим, а по результатам отчета для инвесторов за 1 полугодие 2024 года – в поставках по системе агронтракта 45 % составила доля фермерской продукции [8]. Разумеется, развитая собственная инфраструктура позволила вне зависимости от нормативной обеспеченности данному агрегатору продемонстрировать успешный кейс.

Второй участник пилотного проекта – Липецкая область – изначально внедрила механизм через сотрудничество профильной коммерческой организации «Агрегатор» и крупного ретейлера «X5 Retail Group». Эффективные показатели деятельности позволили масштабировать достигнутые темпы прироста поставок фермерской продукции и даже запустить осенью 2024 г. профильный агроагрегатор, специализирующийся исключительно на товарной категории «зелень» от небольших хозяйств, заключивших соцконтракт. По официальной информации, за сентябрь 2024 г. с помощью второго агроагрегатора в распределительный центр отгрузили 852 килограмма зелени [9].

Даже на примере включенных в пилотный проект субъектов Российской Федерации очевидно, что функционирование агрегаторов фермерской продукции вполне возможно в действующих нормативных границах, с использованием привычных гражданско-правовых механизмов. Ключевое значение внедряемых с 1 марта 2025 года норм – возможность государственной поддержки в отношении самих агрегаторов: оценив инвестиционную привлекательность и создаваемый экономический эффект, правительство соответствующего региона сможет обеспечить необходимое финансирование проекта, техническое и организационное сопровождение отдельных процедур и т.п. Статистика прироста создаваемых агрегаторов весьма показательна – по данным первого заместителя председателя Комитета Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользованию Сергея Митина, в стране таких субъектов уже создано «60 в 34 российских регионах» [10]. И очевидно, что рост количества подобных агрегаторов только продолжится.

При всех очевидных плюсах данного механизма есть ли риски создания ненужного звена между сельхозтоваропроизводителем и конечным потребителем? Безусловно. В отсутствие четко выстроенной и нормативно подкрепленной системы критериев, порядка допуска на рынок и дальнейшего функционирова-

ния наличие недобросовестного буфера способно привести к удорожанию продукции, как следствие, потере заинтересованности фермеров в сотрудничестве. На сегодняшний момент нередко в розничной продаже присутствуют продукты крупных товаропроизводителей, маскирующиеся под фермерские, хотя для таких субъектов барьеры входа на рынок сбыта минимальны.

Еще один непростой к разрешению вопрос – объемы поставок, которые не способны обеспечить небольшие хозяйствующие субъекты, хотя качество их продукции вполне отвечает запросу и тренду на органические товары. Очень чувствительной для фермеров остается и проблема логистики: успешный опыт пилотных проектов во многом обусловлен их транспортной обеспеченностью, а также сравнительной компактностью Тульской и Липецкой областей. Для сравнения, «тепличное хозяйство Сосногорска (Республика Коми) фактически всю продукцию вынужденно отправляет в торговые сети другого региона – в Киров – и эта продукция не поступает в магазины Коми из-за логических трудностей и отсутствия условий хранения» [11]. В этой связи видится целесообразным при внедрении в 2025 году норм о работе агрегаторов отработать механизм с учетом региональной специфики – от населения и его доходности до сезонности потребления. Агрегатор фермерской продукции не должен стать формальным буфером, это должен быть полноценный и заинтересованный в качественной реализации полученной от сельхозтоваропроизводителя продукции участник рынка. Ответственное исполнение возложенных функций по закупке, переработке, приведению в надлежащее и привлекательное для потребителя состояние, маркировке и поставке в торговые сети способно превратить агрегаторы в средство продвижения фермерской продукции.

На сегодня многие эксперты отмечают несомненное сходство агроагрегаторов с советской моделью заготовительных контор. Действительно, долгосрочный эффект от планируемой сельскохозяйственной деятельности способен, с одной стороны, стимулировать фермерские хозяйства к стабильному сотрудничеству в правовом поле с понятными показателями и критериями, с другой стороны, выводить каждый регион страны на самообеспеченность востребованной продукцией, что будет способствовать достижению необходимого уровня продовольственной безопасности страны в целом.

Приангарье, несомненно, обладает мощным предпринимательским и одновременно сельскохозяйственным потенциалом. Анализируя статистические данные предпринимательской активности малых форм в Сибирском федеральном округе, Ю.А. Салтыкова отмечает довольно высокое третье место Иркутской области с удельным весом в 13,85 % по численности субъектов малого бизнеса и 13,3 % среднесписочной численности вовлеченных работников, а также вводит авторский коэффициент вовлеченности населения и оценивает регион как предпринимательно активный – на 3,3 экономически активного человека приходится один, занятый в малом бизнесе [12, с. 1029–1030]. Обобщая показатели развития аграрной сферы в регионах Байкальской природной территории за период 2017–2022 гг., ряд авторов отмечают положительный тренд на производство

сельхозпродукции, но вариативность других параметров [13, с. 609]: Иркутская область в этом контексте отличается более мягким климатом, высокими темпами развития и, как следствие, лучшими условиями для занятия предпринимательством в сфере сельского хозяйства. Более того, авторы, анализирующие меры поддержки, реализуемые на территории нашего региона в отношении сельхозтоваропроизводителей, отмечают полноту и разнообразие их видов, активную поддержку создания малых форм сельскохозяйственных предприятий [14, с. 75].

В этой связи видится довольно необычным полное отсутствие официально сформулированной позиции региональных властей в части поддержки и/или создания агроагрегаторов на территории Приангарья. Очевидно, в настоящее время имеет место выжидательная позиция по вопросу окончательного и повсеместного внедрения данного инфраструктурного механизма нормами ФЗ № 297 с детальной проработкой критериев.

Выводы

Проведенный автором анализ действующих и апробированных в экспериментальном порядке норм отечественного законодательства об инфраструктуре поддержки субъектов сельскохозяйственного рынка позволяет сделать вывод о безусловно положительном эффекте внедрения агрегаторов фермерской продукции. Потенциальные риски в данной сфере могут и должны быть нивелированы качественно проработанным, закреплённым на федеральном и детализированным на региональном уровне нормативным материалом. Вдумчивый подход региональных властей к встраиванию агроагрегатора в логистическую цепочку продвижения продукции сельхозтоваропроизводителя «от поля до полки» позволит одновременно решить две задачи: выход и закрепление на рынке представителей малых форм агробизнеса и обеспечение продовольственной безопасности.

Список использованной литературы

1. О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» и статью 2 Федерального закона «О внесении изменения в статью 7 Федерального закона «Об органической продукции и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федеральный закон от 08.08.2024 г. № 297-ФЗ // Российская газета. – 2024. – № 182.

2. О развитии сельского хозяйства : Федеральный закон от 29.12.2006 г. № 264-ФЗ (ред. от 08.08.2024, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2025) // Российская газета. – 2007. – № 2.

3. О сельскохозяйственной кооперации : Федеральный закон от 08.12.1995 г. № 193-ФЗ (ред. от 22.06.2024) // Российская газета. – 1995. – № 242.

4. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 29.05.2024) // Российская газета. – 2007. – № 164.

5. Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации : Указ Президента РФ от 21.01.2020 г. № 20 // Собрание законодательства РФ. – 2020. – № 4. – Ст. 345.

6. Попова О.В. Конкурентные барьеры для сельскохозяйственного товаропроизводителя на региональном рынке розничной торговли / О.В. Попова // Актуальные проблемы российского права. – 2019. – № 11. – С. 43–51.

7. Бычков А. Правовые аспекты деятельности агрегаторов / А. Бычков // Новая бухгалтерия. – 2017. – № 8. – С. 114–131.

8. Операционные и финансовые результаты ПАО «Магнит» за 1 полугодие 2024 года / Отчеты и результаты : офиц. сайт. – URL: <https://www.magnit.com/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports> (дата обращения 30.10.2024).

9. Второй агроагрегатор поставил в супермаркеты уже больше 852 кг зелени / Официальный сайт Правительства Липецкой области. – URL: <https://липецкаяобласть.рф/news/15021> (дата обращения 30.10.2024).

10. Кондратьева А. Новое – хорошо забытое старое: в России развивают агроагрегаторы / А. Кондратьева // Экономика и бизнес / АПК и ПИЩЕПРОМ / Волга Ньюс. – URL: <https://volga.news/article/724739.html> (дата обращения 30.10.2024).

11. Алексеев Д. Через «плечо»: помогут ли агроагрегаторы фермерам сбывать продукцию / Д. Алексеев // Экономика / Известия. – URL: <https://iz.ru/1537443/dmitrii-alekseev/cherez-plecho-pomogut-li-agroagregatory-fermeram-sbyvat-produktsiiu> (дата обращения 30.10.2024).

12. Салтыкова Ю.А. Оценка занятости населения в секторе малого и среднего предпринимательства на примере Сибирского федерального округа / Ю.А. Салтыкова // Baikal Research Journal. – 2024. – Т. 15, № 3. – С. 1025–1033.

13. Найданова Э.Б., Тенденции развития трудовых ресурсов в аграрной сфере регионов Байкальской природной территории / Э.Б. Найданова, О.Б. Ямбаева, Л.Р. Слепнева // Baikal Research Journal. – 2024. – Т. 15, № 2. – С. 605–614.

14. Сатин М.А. Меры государственной поддержки сельского хозяйства Иркутской области / М. А. Сатин // Global & Regional Research. – 2022. – Т. 4, № 1. – С. 69–76.

Информация об авторе

Юсупова Анастасия Владимировна – старший преподаватель, кафедра предпринимательского и финансового права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: yusupova.bgu@gmail.com.

Author

Anastasia V. Yusupova – Senior Lecturer, Department of Business and Financial Law, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: yusupova.bgu@gmail.com.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ВОПРОСЫ ВЫБОРА МЕТОДОВ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Аннотация. Определяются возможные подходы государства при установлении «коридора возможностей» для субъектов предпринимательской деятельности. Установлена связь между положениями государственной экономической политики и применяемыми методами правового регулирования. Сделан вывод, что государство использует различные методы воздействия: выставляет ограничения с целью определить круг возможностей субъектов предпринимательской деятельности, дает свободу в рамках «коридора возможностей».

Ключевые слова: государственная экономическая политика, малое предпринимательство, методы правового регулирования, правовое воздействие.

Е.М. Yakimova

STATE POLICY IN RELATION TO SMALL BUSINESS: ISSUES OF CHOICE OF LEGAL REGULATION METHODS

Abstract. Possible approaches of the state are determined when establishing a «corridor of opportunities» for business entities. The relationship between the provisions of state economic policy and the methods of legal regulation used has been established. It was concluded that the state uses various methods of influence: it sets limits in order to determine the range of opportunities for the subjects of entrepreneurial activity, gives freedom within the framework of the «corridor of opportunities».

Keywords: state economic policy, small business, methods of legal regulation, legal impact.

Введение

Экономическая система строится на основе взаимодействия между различными субъектами. Государство может выполнять различные роли: как непосредственно участника гражданского оборота, так и субъекта, регулирующего экономические отношения. «Регулируемое предпринимательство» – концепция, находящее в том или ином варианте воплощение в государственной экономической политике всех стран мира [1], даже тех, которые провозглашают «свободу» от предпринимателей, от эксплуатации одних людей другими, поскольку запрет предпринимательской деятельности также выступает элементом государственной экономической политики. Государство берет на себе две основные задачи: регуляторную и охранительную, выстраивая систему правил поведения участников общественных отношений, а также осуществляя контроль за соблюдением данных правил и применение мер воздействия за их нарушение. Используемые способы правового воздействия определены целевыми ориентирами государственной экономической политики.

Цели и задачи исследования

Необходимо на примере правового регулирования экономических отношений в различных государственных экономических моделях выявить приоритетные в использовании методы правового регулирования, определить влияние принципов государственной экономической политики на совокупность используемых методов правового регулирования.

Методы исследования

В качестве приоритетного метода использован метод круговой причинности, позволяющих выявить закономерности социально-экономического развития общества, особенности влияния различных факторов на выбор методов правового регулирования экономических отношений.

Полученные результаты

В основе метода правового регулирования лежат формы взаимоотношения между субъектами, их взаимное положение. Не вдаваясь в терминологические споры, определим в качестве аксиоматичного утверждения, что методами правового регулирования можно называть следующие группы методов: по способу правового регулирования выделим дозволение, предписание, запрет, по правовому положению сторон отношений – метод субординации и координации, по вариантности поведения сторон – императивный и диспозитивный метод [подробнее, 2, с. 229–232].

Выбор метода правового регулирования безусловно зависит от цели, которое государство ставит искомой, при этом, безусловно, используются все названные выше методы, их сочетание и позволяет достичь целей государственной экономической политики посредством права. Не все меры воздействия являются правовыми, но правовые средства выступают как проводником в жизнь иных стимулов (в том числе материальных), так и самостоятельной группой мер воздействия [3, с. 326].

Обозначим две противоположные цели государственной экономической политики в отношении малого предпринимательства и комплекс используемых методов правового регулирования.

Во-первых, государство может установить запрет на осуществление предпринимательской деятельности на уровне конституции или развивающего ее законодательства. В такой ситуации приоритетными для использования будет императивный метод, требующий от граждан и их организаций соблюдения обязанностей по недопущению систематического получения прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Безусловно, установление запрета потребует закрепления в деликтном законодательстве мер ответственности за его несоблюдение. Целью правового регулирования будет юридическое закрепление определенного выбора, который сделало политическое руководство страны, и его поддержание силой правового принуждения.

В качестве примера можно привести советское законодательство до «перестройки». В частности, в Конституции РСФСР 1918 года переделывалось неприятие капиталистического уклада и установка на «уничтожение всякой эксплуатации человека человеком, ... беспощадное подавление эксплуататоров». При этом можно увидеть в УК РСФСР 1922 года нормы, устанавливающие уголовную ответственность за непредставление в установленный срок председателями правлений, кооперативных товариществ и трудовых артелей и их объединений, а равно представителями разного рода товариществ, преследующих торгово-промышленные цели, и частными предпринимателями, эксплуатирующими собственные или арендованные у государства предприятия, сведений о ходе работ, их производительности, изменении в личном составе и проч. согласно установленных центральной и местной властью. Следовательно, речь идет о процедурных нарушениях, на основании чего можно сделать вывод, что был установлен определенный срок и порядок функционирования для частных предпринимателей, значит запрет на предпринимательскую деятельность не был полным.

Таким образом, запрет предпринимательской деятельности, установленный на уровне основного закона страны, является базовой нормой [4, с. 37], принципом государственной экономической политики, однако без анализа конкретных санкций получить достоверные знания о том, действительно ли запрет был полным, невозможно.

Во-вторых, государством может установить в качестве ведущего экономического принципа свободу предпринимательства, следовательно, свободу малого предпринимательства. Однако, также как и в первой модели, это не означает, что разрешена любая деятельность и не установлены ее ограничения.

К примеру, современная российская Конституция содержит норму о свободе экономической деятельности (статья 8), о праве на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности (статья 34). Вместе с тем, указанные положения не означают свободного осуществления предпринимательской деятельности. В частности, некоторые товары полностью выведены из гражданского оборота (недра, животный мир, водные ресурсы, музейный фонд, публичные дороги и др. изъяты из гражданского оборота, они могут принадлежать только публичным образованиям), некоторые ограничены в обороте (к примеру, возможности оборота наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров зависит от отнесения их в определенные списки).

Указанные примеры иллюстрируют реализацию концепции «регулируемого предпринимательства»: свобода предпринимательства – базовый принцип, но его провозглашение не означает возможность любой деятельности, поскольку государство устанавливает так называемый «коридор возможностей», защищая безопасность общества, государства, права иных участников экономических отношений.

Таким образом, даже при установлении свободы предпринимательства как принципа государство активно использует императивный метод как способ за-

крепления властных полномочий органов власти, реализующих государственную экономическую политику, список запретов и ограничений, мер ответственности за их несоблюдение.

Вместе с тем, в данной модели активнее используются методы стимулирования, следовательно, предпринимательское сообщество не только получает статус легальных участников экономических отношений, но и статус субъектов, в деятельности которых государство заинтересовано. Иными словами, используется метод дозволения совершать все законные действия, в отношении указанных субъектов действуют нормы о государственной поддержке, стимулировании. Пример, могут быть установлены не только материальные и организационные, но и правовые меры поддержки.

К примеру, Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» определяет меры поддержки, которые можно сгруппировать следующим образом: возможности упрощенного администрирования своей деятельности (например, упрощенный порядок составления субъектами малого и среднего предпринимательства статистической отчетности); льготы и преференции в договорных отношениях (к примеру, льготный порядок расчетов за приватизированное государственное и муниципальное имущество; особенности участия субъектов малого предпринимательства в качестве стороны сделок в публичных закупках); особые меры защиты во взаимоотношении с государственными органами (меры по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора)); меры стимулирования (финансовая поддержка).

Кроме того, для субъектов малого предпринимательства могут устанавливаться особые условия в случае выявления в их действиях составов правонарушений. Например, в 2022 году в Кодекс РФ об административных правонарушениях были внесены значительные изменения, касающиеся снижения административной нагрузки на бизнес. В частности, при определении размера административного штрафа юридическим лицам – субъектам малого и среднего предпринимательства, отнесенным к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, административный штраф назначается в размере для индивидуальных предпринимателей (если указана дифференциация в санкции нормы). Если дифференциация не предусмотрена, то административный штраф субъектам малого и среднего предпринимательства назначается в размере от половины минимального размера до половины максимального размера административного штрафа, предусмотренного для юридического лица, либо в размере половины размера административного штрафа, предусмотренного санкцией соответствующей статьи (части статьи) для юридического лица, если такая санкция предусматривает назначение административного штрафа в фиксированном размере. Кроме того, не допускается одновременное назначение наказания и юридическому лицу, и его должностному лицу за совершение одного и того же деяния.

Выводы

В зависимости от выбранном государством модели государственной экономической политики в отношении предпринимателей меняется и сочетание различных методов правового регулирования. Для определения «коридора возможностей» используются императивный метод, запрет, обязывание. В границах указанного «коридора» приоритетное значение имеет диспозитивный метод и метод дозволения. Даже в государствах с рыночной экономикой свобода предпринимательства не безгранична, также как и в социалистических государствах запрет предпринимательства не является неполным.

Список использованной литературы

1. Barry J. M. Regulatory Entrepreneurship / J.M. Barry, E. Pollman // Southern California Law Review. – 2017. – Vol. 90:383. – Pp. 383–448.
2. Пьянов Н.А. Теория государства и права : учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. / Н.А. Пьянов. – Иркутск : Изд-во ИрЮИ (ф) РПА Минюста РФ, 2014. – 490 с.
3. Белоусов В.Н. Составные произведения: понятие, признаки, общая характеристика / В.Н. Белоусов, В.А. Измestьев // Вопросы российского и международного права. – 2024. – Т. 14, № 2-1. – С. 325–331.
4. Архипкин И.В. Трансформация государственно-правовых явлений как вид социальных изменений / И.В. Архипкин, А.С. Архипкина // Юридическое образование и наука. – 2024. – № 8. – С. 36–39.

Информация об авторе

Якимова Екатерина Михайловна – кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой конституционного и административного права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail : yakimova_katerin@mail.ru.

Author

Ekaterina M. Yakimova – Ph.D. in Law, Associate Professor, Head of the Chair of Constitutional and Administrative Law, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: yakimova_katerin@mail.ru.

СЕКЦИЯ 3

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

УДК 338

**А.А. Бурзина,
И.С. Шавкунова**

ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ

Аннотация. В этой статье рассматривается идея молодежного предпринимательства и проблемы в ее развитии. Всем известно, что Байкальский регион, обладающий уникальной природной средой и богатыми ресурсами, представляет собой перспективную территорию для развития предпринимательства – малого бизнеса. Видно, что тенденция к предпринимательству стала очень распространена среди молодежи, теперь молодые люди не хотят видеть себя в качестве наемного работника, но думают ли они о том, что несмотря на имеющийся потенциал, молодежное предпринимательство в регионе сталкивается с рядом серьезных проблем, которые препятствуют его активному развитию и реализации.

Ключевые слова: МП, МСП, молодежное предпринимательство, малый бизнес, Байкальский регион, проблемы развития, барьеры, государственная поддержка.

**A.A. Burzina,
I.S. Shavkunova**

PROBLEMS OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN THE BAIKAL REGION

Abstract. This article examines the idea of youth entrepreneurship and the problems in its development. Everyone knows that the Baikal region, which has a unique natural environment and rich resources, is a promising territory for the development of entrepreneurship – small business. It is clear that the trend towards entrepreneurship has become very widespread among young people, now young people do not want to see themselves as an employee, but do they think that despite the existing potential, youth entrepreneurship in the region faces a number of serious problems that hinder its active development and implementation.

Keywords: SP, SMEs, youth entrepreneurship, small business, Baikal region, development problems, barriers, government support.

Введение

Малое предпринимательство (малый бизнес) – предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших независимых фирм, малых предприятий. Оно создает значительное количество рабочих мест в сферах с низкой капиталоемкостью и играет заметную социальную роль в обществе. В Байкальском реги-

оне, как и в других частях России, имеет большое значение в экономике. На данный момент известно, что малый бизнес стал особо популярен среди молодежи. Это связано с возможностью начать свой бизнес с минимальными затратами, без сложных регистрационных процедур и вера в перспективы развития. Однако следует помнить о том, что везде есть свои проблемы и барьеры и в них нужно уметь разбираться.

Актуальность: Развитие молодёжного предпринимательства является важным фактором экономического роста и социальной стабильности Байкальского региона. Однако, молодые предприниматели сталкиваются с рядом специфических проблем, которые препятствуют реализации их потенциала, и они не всегда понимают какое им есть решение.

Цель и задачи исследования

Цель: выявить основные проблемы, с которыми сталкиваются молодые предприниматели в Байкальском регионе, и предложить рекомендации по их преодолению

Для того, чтобы выяснить какие барьеры мешают развитию малого бизнеса, выполнили следующие задачи:

1. Изучили статистику молодёжного предпринимательства в регионе.
2. Выявили основные проблемы, с которыми сталкиваются молодые предприниматели.
3. Проанализировали виды поддержки молодёжного предпринимательства в регионе и других регионах России.
4. Разработали рекомендации по совершенствованию механизмов поддержки молодёжного предпринимательства в Байкальском регионе.

Методы исследования

Методы исследования: Анализ статистических данных, научной литературы, нормативно-правовых актов.

Полученные результаты

В этой статье также даны рекомендации по совершенствованию системы поддержки молодёжного предпринимательства, направленные на повышение доступности финансирования, развитие инфраструктуры, повышение уровня предпринимательской грамотности и снижение административных барьеров. А это в свою очередь, может быть использовано органами государственной власти, образовательными учреждениями, общественными организациями и самими молодыми предпринимателями для развития молодёжного предпринимательства в Байкальском регионе.

Характеристика молодёжного предпринимательства в России и Байкальском регионе

В любой стране малый бизнес (МБ) является наиболее динамичным сектором экономики. Он оперативно реагирует на изменения на рынке, способствует

созданию новых рабочих мест и, в конечном счёте, способствует развитию экономики и общества в целом. Важность предпринимательства хорошо отображена в отношении ВВП. Согласно данным ООН, в развитых странах субъекты малого предпринимательства (МСП) формируют 50–60 % валового внутреннего продукта (ВВП), и более половины населения занято в этом секторе.

Так, например, в России малый и средний бизнес (МСБ) также имеет большее значение. По данным ВЦИОМ, 92 % россиян положительно относятся к малому и среднему предпринимательству, что особенно заметно среди молодёжи: 99 % молодых людей в возрасте до 24 лет поддерживают малый бизнес. Если быть еще точнее, то по данным исследования «Деловой среды», в первом полугодии 2024 года количество новых предпринимателей из числа молодёжи (от 18 до 35 лет) выросло на 20 %.

Общие показатели предпринимательства в России [1]:

1. Число субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП). По состоянию на 2023 год в России зарегистрировано около 5,9 миллионов субъектов малого и среднего предпринимательства, включая как юридические лица, так и индивидуальных предпринимателей.

2. Занятость. Численность занятых в сфере МСП достигла 29,7 миллионов человек, из которых 7,8 миллионов являются самозанятыми.

3. Вклад в валовой внутренний продукт (ВВП). Доля МСП в ВВП России составляет чуть более 20 %. В 2022 году вклад сектора в ВВП превысил 30 триллионов рублей. Это подчеркивает значимость малого бизнеса для экономического роста страны.

4. Структура МСП. Микропредприятия составляют основную часть сектора, однако количество средних предприятий остается недостаточным. Доля малых предприятий сосредоточена в сферах торговли и услуг и составляет около 47,6 % от общего числа.

Предпринимательство в Байкальском регионе, включая малый и средний бизнес, играет важную роль в экономическом развитии и социальном прогрессе. Этот сегмент бизнеса отличается гибкостью и умением быстро подстраиваться под рыночные изменения, что помогает создавать новые рабочие места и повышать уровень жизни людей. Рассмотрим основные показатели предпринимательства в Байкальском регионе.

По информации на март 2024 года, в Иркутской области зарегистрировано более 88 тыс. субъектов малого и среднего бизнеса, по итогам прошлого года их число выросло на 3,3 %, из них 15 тыс. являются вновь созданными (83 % – индивидуальные предприниматели). Общая численность работников предприятий, внесенных в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП), составила 207 тыс. человек [2].

Предпринимательство в Республике Бурятия также активно развивается. По состоянию на 2024 год в республике зарегистрировано около 30,6 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства, включая 795 малых и 39 средних

предприятий. Основные направления деятельности включают торговлю, строительство и общественное питание [3].

И, наконец, малый бизнес в Забайкальском крае. По состоянию на 2020 год в крае зарегистрировано около 30,5 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства, значительную часть которых составляют индивидуальные предприниматели. Основные направления деятельности включают также торговлю, строительство и услуги [4].

На основании найденных данных можно утверждать, что малое предпринимательство имеет большие тенденции к развитию, однако становится понятно, что это развитие не имеет пропорционального распространения. Например, относительно основных субъектов России, Байкальский регион отстает по некоторым показателям:

– В Байкальском регионе количество малых предприятий на 1000 человек населения значительно ниже, чем в среднем по России.

– Вклад малого и среднего предпринимательства в валовой региональный продукт (ВРП) Республики Бурятия составляет около 23 %, что ниже целевых показателей стратегии развития малого и среднего предпринимательства в России

– Темпы роста числа малых предприятий в Байкальском регионе также отстают от общероссийских тенденций.

– В Байкальском регионе предприниматели сталкиваются с более высокими административными барьерами.

Проблемы развития малого предпринимательства в Байкальском регионе

Относительно низкие показатели уровня развития предпринимательства в нашем регионе обуславливаются большим количеством барьеров, как всероссийского, так и регионального характера.

Прежде всего, необходимо обратить внимание на состояние экономики в целом. Сейчас государство занимается восстановлением экономики после введения различных санкций и нестабильной политической обстановки. Естественно, что присутствует некоторое замедление развития важных отраслей. А нам известно, что предпринимательство – значимый элемент российской экономики, который тесно связан с общими экономическими процессами. Любые факторы, замедляющие экономический рост, также негативно влияют и на развитие малого предпринимательства.

Следующее, нормативно-правовая база, регулирующая предпринимательскую деятельность в России. Она включает в себя множество законов и подзаконных актов, определяет правила ведения бизнеса, права и обязанности предпринимателей, а также механизмы государственного регулирования. Однако эта база не всегда совершенна и может создавать препятствия для развития предпринимательства. Нормативно-правовые акты могут быть сложными и запутанными, что затрудняет их понимание и применение. Это может привести к юридическим ошибкам и конфликтам. Некоторые законы и постановления могут содержать слишком строгие требования и ограничения, которые могут сдерживать развитие бизнеса. А частые изменения в законах и постановлениях могут создавать неопределённость и риски.

Нехватка финансирования одна из основных проблем, с которыми сталкиваются предприниматели. Она проявляется в отсутствие стартового капитала, ограниченного доступа к кредитам и в сложности привлечения инвестиций. Даже если у предпринимателя есть бизнес-план и проект, который может принести прибыль, он не всегда в силах сам обеспечить его развитие. Банки не всегда готовы финансировать такие проекты, так как считают их проектами слишком рискованными или не соответствующими определенным требованиям. Такая же ситуация с инвесторами, которые не уверены в стабильности развития данного предложенного проекта.

К нехватке финансирования можно еще отнести ограниченность доступа к ресурсам, а именно к материально-техническим. Это высокие цены на сырьё, оборудование и материалы. Сложности с поиском поставщиков. Предприниматели могут столкнуться с трудностями при поиске надёжных поставщиков сырья, оборудования и материалов. Проблемы с логистикой. Доставка товаров может быть затруднена из-за плохих дорог, отсутствия транспортных средств или высоких тарифов на перевозку.

Другие проблемы, тормозящие развитие предпринимательства. Низкий уровень доходов и покупательная способность населения, которые влияют на спрос предлагаемых товаров и услуг, предоставляемые местными предпринимателями. Высокий уровень безработицы также снижет спрос на предпринимательство, поскольку у людей меньше стимулов для открытия собственного бизнеса. Наличие крупных компаний и предприятий в регионе может создать сильную конкуренцию для новых предприятий, что может снизить их привлекательность. И не стоит забывать про уникальную природу Байкальского региона накладывает определённые экологические ограничения на деятельность предприятий. Это может повлиять на спрос на некоторые виды бизнеса.

Поддержка развития молодежного предпринимательства в Байкальском регионе

Не смотря на все проблемы, препятствующие развитию малого предпринимательства, оно остается перспективнейшим направлением для самореализации у молодежи. Молодежное предпринимательство позволяет молодым людям не только создавать собственные рабочие места, но и вдохновлять других на открытие бизнеса. Такие предприятия могут значительно оживить местную экономику, внедряя новые продукты и услуги. Они способствуют экономической диверсификации и привлекают инвестиции, что, в свою очередь, создает волновой эффект роста в своих сообществах.

Основным толчком для развития предпринимательства среди молодежи являются различные государственные программы поддержки: поддержка импорта, агробизнеса, IT и др.; образовательные программы и курсы; различные гаранты, субсидии и компенсации. Сюда же можно отнести льготное кредитование (программа 1764, инвестиционная программа (1764 + МСП), ПСК и т.д.) [4; 5].

Также реализован Федеральный проект «Создание Цифровой платформы с механизмом адресного подбора и возможностью дистанционного получения мер поддержки и специальных сервисов субъектами МСП и самозанятыми граждана-

ми» [7]. Цифровая платформа МСП представляет собой государственный ресурс, предназначенный для поддержки малых и средних предприятий (МСП) и тех, кто планирует начать свой бизнес. Предоставляет доступ ко всем необходимым сервисам и мерам поддержки в одном месте.

Главная цель государственной поддержки – создание благоприятных условий для развития бизнеса. Подкрепленные реальными действиями и ресурсами, они являются базой для масштабного развития предпринимательства. Как правило, разрабатываются программы на период до пяти лет и предлагают комплекс мер, направленных на развитие малого предпринимательства на конкретных территориях и в конкретных отраслях. Но она все равно не предлагает решение ключевых проблем.

Во-первых, при разработке программ поддержки государство не ориентируется на особенности региона. Попасть под некоторые программы предпринимателям из Байкальского региона не предоставляется возможным, из-за специфики экономики региона и большой удаленности от центра России. Поэтому верным решением было бы пересмотреть некоторые программы поддержки или создать новые, которые ориентировались на специфику регионов.

Во-вторых, нормативно-правовая база. Мы выяснили, что она не является достаточно гибкой по отношению к молодым предпринимателям и препятствует их развитию. Для решения этой проблемы государству стоит разработать меры по улучшению законодательства, упрощению процедур и повышению эффективности регулирования предпринимательской деятельности.

Также стоит больше уделять внимание финансированию молодых предпринимателей. Действительно, сейчас существует достаточно льгот для поддержки предпринимателей, но они применяются к более устоявшимся и стабильным предприятиям. А молодому бизнесу в свою очередь тяжело не только попасть под программу поддержки, но и заручиться доверием тех субъектов, которые предоставляют эти самые льготы или кредитование. Разорвать этот круг, может помочь работа с законодательством, ну или полная ориентация политики на поддержку молодого предпринимательства.

Улучшение инфраструктуры также должно помочь развитию предпринимательства. Это упростит доступ к ресурсам, таким как как офисные помещения, сырье, оборудование и консультационные услуги. Это снижает стартовые затраты и риски для начинающих бизнесменов.

Выводы

Молодежное предпринимательство в Байкальском регионе имеет тенденции к развитию. Само предпринимательство играет значительную роль в развитии экономики как всей России, так и Байкальского региона. Несмотря на все проблемы, с которыми оно сталкивается, малый бизнес имеет большую популярность среди всего населения России, а в большинстве своем среди молодежи. Мы выяснили, что это обусловлено новой политикой государства по отношению к развитию предпринимательства. Создание программ поддержки, предоставление гарантов, а также проект цифровой платформы МСП дает возможность моло-

дежи открывать и развивать новые предприятия. Однако поддержка государства не является идеальной. Она не решает основных проблем предпринимательства.

Для роста развития молодежного предпринимательства в Байкальском регионе, государству следовало бы обратить внимание на особенности экономики в регионе (какие сферы не поддаются освоению), на совершенствование нормативно-правовой базы, улучшение политики финансирования молодежного предпринимательства и на развитие инфраструктуры государства. Если данные аспекты будут рассмотрены, то предпринимательство среди молодежи будет процветать, как в байкальском регионе, так и по всей России.

Список использованной литературы

1. Официальный сайт полномочного представителя Президента России в Сибирском федеральном округе. – URL: <http://sfo.gov.ru>.
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области. – URL: <https://38.rosstat.gov.ru/folder/191485>.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Бурятия. – URL: <https://03.rosstat.gov.ru>.
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Забайкальскому краю. – URL: <https://75.rosstat.gov.ru>.
5. Банки.ру – финансовый маркетплейс. – URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=11005849>.
6. Меры поддержки бизнеса – Портал государственных услуг Российской Федерации. – URL: https://www.gosuslugi.ru/life/details/business_support_measures.
7. Министерство экономического развития Российской Федерации. – URL: <https://www.economy.gov.ru>.

Информация об авторах

Бурзина Алена Алексеевна – студент 2-го курса, международный факультет, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: alenaburzina@yandex.ru.

Шавкунова Ирина Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: ShavkunovaIS@bgu.ru.

Authors

Alyona A. Burzina – 2nd year student, International Faculty, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: alenaburzina@yandex.ru.

Irina S. Shavkunova – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: ShavkunovaIS@bgu.ru.

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ В СИСТЕМЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Аннотация. На сегодняшнее время уровень развития информационных и телекоммуникационных технологий очень высок. Иными словами, способности извлекать и использовать, а также распространять информацию стали главными показателями уровня развития общества. В связи с произошедшими изменениями случилось своего рода отеснение процесса производства и сферы оказания услуг. Данные изменения связаны не только с развитием сети Интернет, но также телевидения и средств сотовой связи. Такого рода новшества позволяют не только иметь открытый доступ к большому объему информации, но и осуществлять непосредственный отбор необходимого объема информации, в любое удобное время, независимо от местонахождения. Это, в свою очередь, подтверждает тот факт, что информационные технологии продолжают развиваться, даже в самых отдаленных уголках нашей страны. С развитием информационного прогресса, сложно представить нынешнее образование без использования современных технологий и Интернет-ресурсов. Исходя из этого, все большее предпочтение отдается в сторону дистанционной форме обучения, которая напрямую связана с развитием информационного пространства и научно-технического процесса. В данной статье рассмотрены основные теоретические аспекты дистанционного обучения, определены его преимущества, возможности и недостатки.

Ключевые слова: дистанционное обучение, информационно-коммуникационные технологии, цифровые технологии, информационные-платформы, высшее образование, видеолекции, искусственный интеллект.

A.S. Vladimirova

THE MAIN TRENDS IN THE DISTANCE LEARNING SYSTEM

Abstract. Today, the level of development of information and telecommunication technologies is very high. In other words, the ability to extract and use, as well as disseminate information have become the main indicators of the level of development of society. In connection with the changes that have occurred, a kind of displacement of the production process and the sphere of services has occurred. These changes are associated not only with the development of the Internet, but also television and cellular communications. Such innovations allow not only to have open access to a large amount of information, but also to directly select the required amount of information at any convenient time, regardless of location. This, in turn, confirms the fact that information technology continues to develop, even in the most remote corners of our country. With the development of information progress, it is difficult to imagine today's education without the use of modern technologies and Internet resources. Based on this, more and more preference is given to the distance learning form, which is directly related to the development of the information space and the scientific and technical process. This article examines the main theoretical aspects of distance learning and identifies its advantages, possibilities and disadvantages.

Keywords: distance learning, information and communication technologies, digital technologies, information platforms, higher education, video lectures, artificial intelligence.

Введение

21 век – это век технологий. В современном мире, с каждым годом все стремительнее происходит процесс внедрения цифровизации в различные сферы жизни современного общества. Такого рода наведения, в первую очередь, обуславливаются с возросшем уровнем потребности в автоматизации и компьютеризации производственной деятельности, что, в свою очередь, позволяет повысить качество и надежность процесса обработки большого объема информации, получаемой извне. Система образования не осталась в стороне данного цифровизационного прогресса. Цифровые технологии стали отчетливой точкой процесса реформирования образовательного процесса в высших учебных заведениях [1, с. 191]. Одним из таких нововведений в образовательной сфере стала дистанционная форма получения образования, суть которой состоит в возможности получения образования, с освоением необходимых дисциплин, без очного посещения учебного заведения.

Актуальность применения дистанционного обучения в различных сферах обучения, с последующим присвоением определенного уровня образования (бакалавр, специалист и т.д.) определяется тем фактом, что уровень использования новшества остаётся относительно невысоким.

Цель и задачи исследования

Целью данной статьи является рассмотрение дистанционных технологий в качестве инструмента для осуществления образовательного процесса. Исходя из этого, необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие дистанционного образования;
2. Определить основные формы организации учебного процесса с применением дистанционных технологий в образовательных организациях;
3. Выявить возможности дистанционного обучения;
4. Выявить недостатки дистанционной формы обучения;
5. Определить основные тренды дистанционного обучения.

Методы исследования

Методологическая основа исследования – комплекс мер научного познания, включающий в себя анализ, наблюдение, методы статистического и сравнительного анализа.

Полученные результаты

Одним из самых распространённых и эффективных способов организации образовательного процесса является дистанционная форма обучения.

Дистанционное обучение – это интерактивный образовательный процесс, основанный на использовании информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для передачи знаний и навыков, где географическое расстояние между об-

учающимся и преподавателем не является препятствием для эффективного взаимодействия и достижения образовательных целей [2, с. 14].

Образовательные услуги, в том числе и дистанционные образовательные услуги, характеризуются рядом специфических особенностей, которые позволяют обособить его от традиционного обучения, под которым, в свою очередь понимается система образования, ориентированная на непосредственное взаимодействие обучающегося и преподавателя в физическом пространстве учебного заведения.

К числу таких характеристик можно отнести:

1. Детерминированность технологиями. Дистанционное обучение существенно зависит от доступности и качества информационно-коммуникационных технологий. Успех обучения прямо пропорционален надежности инфраструктуры, скорости интернета и функциональности используемых платформ. Технические сбои и ограничения доступности ИКТ могут значительно повлиять на качество образовательного процесса [3, с. 365].

2. Асинхронность и синхронность. Процесс дистанционного обучения может быть, как синхронным (в режиме реального времени, например, видеоконференции), так и асинхронным (с задержкой во времени, например, загрузка лекций и выполнение заданий в удобное время). Сочетание этих подходов позволяет учитывать индивидуальные особенности обучающихся и повышать гибкость образовательного процесса, но также создает задачи по синхронизации и координации взаимодействия между участниками.

3. Измененная роль преподавателя. В системе дистанционного обучения преподаватель выполняет функции не только лектора, но и куратора, модератора дискуссий, консультанта и организатора образовательной среды. Его роль становится более интегративной и ориентированной на поддержку самостоятельной работы обучающихся [4].

4. Измененная роль обучающегося. Обучающийся в процессе дистанционного обучения берет на себя большую ответственность за управление своим обучением, самоорганизацию и активное взаимодействие с преподавателем и сокурсниками. Успех зависит от его самостоятельности, мотивации и способности к самостоятельной работе с информацией.

5. Виртуальное образовательное пространство. Образовательный процесс с помощью дистанционных технологий создает своего рода виртуальную образовательную среду, где обучающиеся взаимодействуют друг с другом и с преподавателем через различные инструменты и платформы. Качество этой среды влияет на уровень взаимодействия и сплоченности группы.

6. Гибкость и доступность. На сегодняшнее время система дистанционного образовательного процесса позволяет преодолевать географические барьеры и предлагает большую гибкость в планировании учебного процесса, что делает образование более доступным для широкого круга людей. Однако, эта гибкость требует от обучающихся высокой степени самодисциплины.

7. Оценивание на основе результатов обучения. Необходимо отметить, что системы оценивания в образовательном процессе, осуществляемого с помощью информационных технологий, должны учитывать специфику дистанционного взаимодействия и ориентироваться на измеримые результаты обучения, а не только на количество выполненных заданий. Необходим более разнообразный подход к оценке, включающий проекты, портфолио и другие методы [5, с. 11].

Исходя из представленных характеристик, можно сделать вывод о том, что система дистанционного обучения представляет собой динамичную и многогранную систему, которая предусматривает определенного специфического подхода как со стороны преподавателя, так и со стороны обучающегося.

В настоящее время дистанционное обучение в Российской Федерации находится на стадии развития, но уже сейчас имеет достаточно успешно действующие курсы с применением дистанционного обучения на базе российских высших образовательных заведений, которые в свою очередь предлагают абитуриентам широкий спектр специальностей и профессий. К числу таких университетов относятся: Московский центр дистанционного образования (МЦДО), Институт дистанционного образования Томского государственного университета (ИДО ТГУ), Государственный аграрный университет Северного Зауралья и т.д.

Однако, необходимо, отметить, что сам процесс возникновения и внедрения дистанционного образования в привычный образовательный процесс имеет долгую историю. Первые попытки становления дистанционного образования были сделаны за рубежом в крупнейшем городе Бостон штата Массачусетс в США в 1728 г. Зародившаяся первая модель дистанционного обучения представляла собой процесс образования через отправку писем по почте. Данная модель послужила основой дальнейшего развития дистанционного образования.

В России же система дистанционного обучения возникла только после «Октябрьской революции» 1917 года [6, с. 184–186]. Становления и развития дистанционного образования в России, условно можно представить в виде 3-х основных этапа:

1. Ранний период (до 1990-х г.). Дистанционное обучение было представлено в виде заочного обучения через почтовую переписку и распространение печатных материалов. Это была так называемая форма самостоятельной работы с минимальным взаимодействием с преподавателем. Однако, такой подход был ограничен в возможностях и эффективности.

2. Начало развития (1990-е – 2000-е гг.). С появлением персональных компьютеров и развитием интернета началось активное внедрение новых технологий в образование. Появились первые онлайн-курсы, виртуальные университеты и платформы для дистанционного обучения. Этот период характеризуется экспериментальным подходом, поиском оптимальных методик и технологий дистанционного обучения. Однако, качество обучения было нестабильным из-за недостатка опыта и недостаточного развития технологической инфраструктуры. Тем не менее, начинается формирование юридической базы и понимание потенциальных возможностей дистанционного обучения.

3. Современный период (2010-е г. – настоящее время). С ростом пропускной способности интернета и распространением мобильных устройств дистанционное обучение получает широкое распространение. Появляются множество онлайн-платформ, массовые открытые онлайн-курсы, используются современные технологии (видеоконференции, виртуальные лаборатории). В этот период происходит активное развитие системы государственной поддержки дистанционного обучения, включая разработку нормативных актов, программы повышения квалификации преподавателей и создание инфраструктуры для поддержки дистанционного обучения. Появляется большое количество коммерческих платформ, предлагающих различные курсы и программы [7].

В настоящее время дистанционное обучение становится все более интегрированным в систему образования. Развиваются гибридные модели обучения, комбинирующие очное и дистанционное взаимодействие. Активно внедряются технологии искусственного интеллекта, расширенной и виртуальной реальности. Что, в свою очередь, позволяет повысить качество образования, осуществляемого с помощью дистанционного обучения.

Организация учебного процесса с применением дистанционных технологий в образовательных организациях весьма разнообразна и постоянно развивается. Можно выделить несколько основных форм, каждая из которых имеет свои преимущества и недостатки:

1. Полностью дистанционное обучение. Данная форма дистанционного образования, позволяет основывать весь учебный процесс, включая лекции, семинары, практические занятия и аттестацию, исключительно в онлайн-формате. Используются различные платформы и инструменты для взаимодействия преподавателя и студентов. Эта форма обеспечивает максимальную гибкость и доступность, но требует высокой самоорганизации от студентов и хорошо продуманной методики преподавания.

2. Смешанное (блендинговое) обучение. Эта форма сочетает очные и дистанционные методы обучения. Например, лекции могут проводиться в онлайн-режиме, а семинары и практические занятия – очно. Или очная часть может быть использована для лабораторных работ или практических занятий, требующих непосредственного взаимодействия, а теоретический материал изучается дистанционно [8]. Такой подход позволяет сочетать преимущества очных и дистанционных форм обучения, но требует тщательной планировки и координации.

3. Дистанционное дополнение к очному обучению. Дистанционные технологии используются в качестве дополнения к очной форме обучения. Например, для предоставления дополнительных материалов, проведения онлайн-консультаций, выполнения домашних заданий или тестирования. Этот подход позволяет повысить эффективность обучения и обеспечить студентам более гибкий доступ к информации и поддержке [9, с. 147].

4. Обучение с использованием интерактивных платформ. В этом случае акцент делается на использовании специальных платформ, которые позволяют преподавателю и студентам взаимодействовать в режиме реального времени или

с задержкой во времени. Это могут быть платформы для видеоконференций, онлайн-тестирования, обмена файлами и организации дискуссий. Выбор платформы зависит от конкретных целей и задач обучения.

5. Обучение с использованием мобильных приложений. Мобильные приложения позволяют преподавателю и студентам взаимодействовать в любом месте и в любое время. Это может включать в себя доступ к учебным материалам, выполнение заданий, прохождение тестов и обмен сообщениями [10, с. 1–2].

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что выбор оптимальной формы организации учебного процесса зависит от множества факторов, включая специфику предмета, целевой аудитории, доступных ресурсов и целей обучения. Поэтому, зачастую на практике используются гибридные модели, комбинирующие различные формы и подходы.

Дистанционное обучение открывает перед образованием широкие возможности, которые были недоступны в традиционной системе. Ключевые из них:

1. Расширение географических границ. Дистанционное обучение позволяет обучаться людям, независимо от их местоположения. Это особенно важно для жителей удаленных регионов, людей с ограниченными возможностями передвижения или тех, кто по другим причинам не может посещать традиционные учебные заведения.

2. Индивидуализация обучения. Образовательный процесс выстроенный с помощью дистанционного обучения позволяет адаптировать учебный процесс к индивидуальным потребностям и темпу обучения каждого студента. Использование адаптивных систем, персонализированных рекомендаций и гибкого расписания позволяет достичь более высокой эффективности обучения.

3. Доступность и гибкость. Обучающиеся могут строить свой учебный график в соответствии со своими возможностями и потребностями, что делает дистанционное обучение более гибким и удобным, особенно для занятых людей.

4. Увеличение объема и доступности учебных материалов. Осуществляя процесс образования дистанционно обучающиеся имеют доступ к широкому спектру учебных материалов, включая видеолекции, интерактивные симуляции, онлайн-библиотеки и другие ресурсы. Это позволяет глубоко изучать предмет и получать более полное образование.

5. Экономия времени и ресурсов. Именно дистанционное обучение позволяет экономить время и деньги на переезды, проживание и другие расходы, связанные с очным обучением.

6. Развитие навыков самостоятельной работы. Дистанционное обучение позволяет развивать у студентов навыки самостоятельной работы, самоорганизации и управления своим временем, что важно для успеха в дальнейшей профессиональной деятельности.

7. Использование современных технологий. Дистанционное обучение стимулирует использование современных образовательных технологий, включая искусственный интеллект, виртуальную и дополненную реальность, что повышает эффективность и заинтересованность в учебном процессе.

8. Возможность обучения в любое время и в любом месте. Благодаря мобильным приложениям и онлайн-платформам, обучающиеся могут получать образование в любое удобное для них время и в любом месте, имеющем доступ к интернету.

Несмотря на многочисленные преимущества, дистанционное обучение имеет ряд существенных недостатков, которые необходимо учитывать при его внедрении и использовании:

1. Требуется высокой самодисциплины и мотивации. Успешное обучение в дистанционном формате во многом зависит от самостоятельности и самоорганизации обучающегося. Отсутствие внешнего контроля и регулярного присутствия преподавателя может привести к пропускам занятий и снижению качества обучения у недостаточно мотивированных студентов.

2. Проблемы с технической обеспеченностью. Доступ к качественному интернет-соединению, надежному оборудованию (компьютер, микрофон, камера) и необходимым программным обеспечением является критическим фактором для эффективного обучения. Отсутствие доступа к необходимой технике или нестабильное интернет-соединение могут значительно осложнить учебный процесс.

3. Ограниченное взаимодействие. В процессе дистанционного обучения может быть достаточно сложно установить тесные межличностные связи между преподавателем и студентами, а также между самими студентами. Отсутствие непосредственного общения может отрицательно повлиять на коллективную работу, обмен опытом и укрепление чувства сообщества.

4. Трудности в контроле за честностью выполнения заданий. В онлайн-формате сложнее контролировать самостоятельность выполнения студентами заданий и исключить плагиат. Это требует разработки специальных методик оценивания и использования антиплагиатных систем.

5. Необходимость специальной подготовки преподавателей. Для эффективного ведения занятий в дистанционном формате преподаватели должны иметь специальные навыки и знания в области использования образовательных технологий и организации онлайн-обучения.

6. Цифровой разрыв. Неравный доступ к технологиям и интернету может привести к цифровому разрыву и неравенству в возможностях получения образования. Студенты из малообеспеченных семей или из регионов с ограниченным доступом к интернету могут испытывать значительные трудности в обучении.

7. Отсутствие непосредственного контакта с материальными объектами и опытом. В некоторых предметных областях (например, медицина, инженерия) невозможно полностью заменить практические занятия и работу с реальными объектами дистанционными аналогами [11, с. 176–177].

Эти недостатки подчеркивают важность тщательного планирования и организации дистанционного обучения, а также необходимость учета индивидуальных особенностей, обучающихся и предоставления им необходимой поддержки.

Дистанционное обучение постоянно развивается, и несколько ключевых трендов определяют его современное состояние и будущее:

1. Персонализация обучения. Все большее внимание уделяется созданию индивидуальных образовательных траекторий. Адаптивные платформы анализируют успеваемость студента и подстраивают сложность и темп обучения под его возможности. Используются большие данные для понимания индивидуальных особенностей обучения.

2. Искусственный интеллект (ИИ) в образовании. ИИ используется для автоматизации оценок, предоставления персонализированной обратной связи, адаптации учебного контента и даже для создания интерактивных учебных материалов [12, с. 190].

3. Развитие социальных аспектов онлайн-обучения. Создание онлайн-сообществ, форумов и интерактивных платформ для общения студентов, и преподавателей способствует коллективной работе и обмену опытом.

4. Фокус на результатах обучения. Оценивание все больше ориентируется на измеримые результаты обучения (навыки, компетенции), а не только на количество пройденного материала [13, с. 3–5].

5. Кибербезопасность и защита данных. С ростом количества онлайн-платформ и использованием персональных данных студентов возрастает важность кибербезопасности и защиты конфиденциальной информации [14].

Следовательно, приведенные тренды дистанционного обучения свидетельствуют о его постоянном развитии, а также интеграции с современными технологиями и стремлении создать более эффективную и персонализированную образовательную среду.

Выводы

Таким образом, можно сказать, что дистанционные технологии являются мощным инструментом для организации образовательного процесса, предлагающим широкие возможности для расширения географических границ образования, индивидуализации обучения и использования современных технологий. Несмотря на существующие недостатки, дистанционное обучение имеет значительный потенциал для повышения доступности и эффективности образования. Однако, для его успешной реализации необходимо учитывать особенности этой формы обучения, обеспечивать необходимую техническую базу, разрабатывать эффективные методики преподавания и системы оценивания, а также уделять внимание развитию социальных аспектов онлайн-обучения.

Список использованной литературы

1. Сексенбаев К. Информационные технологии в развитии современного информационного общества / К. Сексенбаев, Б.К. Султанова, М.К. Кисина // Молодой ученый. – 2015. – № 24 (104). – С. 191–194.

2. Андреев А.А. Дистанционное обучение и дистанционные образовательные технологии / А.А. Андреева, В.И. Солдаткин // Cloud of science. – 2013. – № 1. – С. 14–20.

3. Бостанов Р.А. Возможности дистанционных образовательных технологий для повышения качества и доступности обучения / Р.А. Бостанов, Х.А. Гербеков, И.Т. Халкечева // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Информатизация образования. – 2017. – № 3 (14). – С. 365–370.
4. Синхронная и асинхронная форма обучения: что подойдет вам? – URL: <https://sredaobuchenia.ru/media/sinhronnaya-i-asinhronnaya-forma-obucheniya?ysclid=m3rukcyt1293266762>.
5. Коткова Д.И. Возможности и проблемы дистанционного обучения в системе высшего образования / Д.И.Коткова // Гуманитарные исследования. Педагогика и психология. – 2022. – № 10. – С. 7–17.
6. Тарасова А.В. Исторический обзор дистанционного обучения в России и за рубежом / А.В. Тарасова // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2021. – № 1 (41). – С. 183–188.
7. История возникновения и развития дистанционного обучения. – URL: <https://zaochnik.ru/blog/istorija-vozniknovenija-i-razvitija-distantsionnogo-obuchenija>.
8. Что такое смешанное обучение. – URL: <https://zenclass.ru/ponyatno/blended-learning>.
9. Косников С.Н. Направления использования дистанционных и виртуальных образовательных технологий в обучении / С.Н. Косников, Н.М. Нилова, А.Г. Гринева, Н.М. Столярчук // Журнал прикладных исследований. – 2023. – № 7. – С. 145–151.
10. Важные аспекты использования интерактивных образовательных платформ / Ф.Р. Каримов, М.Б. Кайимова // Universum: технические науки. – 2023. – № 5 (10). – С. 41–43.
11. Шевченко О.И. Формы дистанционного обучения в вузе / О.И. Шевченко, В.И. Ивко // Инновационная наука. – 2018. – № 5. – С. 175–178.
12. Носова В.И. Искусственный интеллект в образовании / В.И. Носова // Молодой ученый. – 2023. – № 49 (496). – С. 190–192.
13. Гончарук Н.П. Модели интеграции цифровых и педагогических технологий в процессе подготовки будущих инженеров / Н.П. Гончарук, Е.И. Хромова // Казанский педагогический журнал. – 2019. – № 1. – С. 31–35.
14. Кибербезопасность в онлайн-курсах: защита данных учителей и учеников. – URL: <https://dzen.ru/a/Zs2t2KK5UTqMobXs>.

Информация об авторе

Владимирова Анастасия Сергеевна – студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: nastya-vlad1504@yandex.ru.

Научный руководитель

Скоробогатова Юлия Александровна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности,

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация,
e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

Author

Anastasiya S. Vladimirova – Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: nastya-vlad1504@yandex.ru.

Scientific supervisor

Yulia A. Skorobogatova – Candidate of economic sciences, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and business activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: skorobogatovaya@bgu.ru.

**Е.Е. Немцова,
Н.Ю. Копылова,
О.Б. Ямбаева**

К ВОПРОСУ О НОРМАТИВНО-ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые элементы нормативно-правового регулирования малого и среднего предпринимательства. Выявлены нормативные акты, играющие ключевую роль в формировании малого и среднего предпринимательства. Рассмотрены федеральные законы для обеспечения прав субъектов и прозрачности деятельности в различных секторах экономики. Рассмотрены меры поддержки и стимулирования малого и среднего предпринимательства для эффективного их функционирования.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, нормативно-правовые акты, регулирование.

**E.E. Nemtsova,
N.Y. Kopylova,
O.B. Yambaeva**

ON THE ISSUE OF REGULATION AND LEGAL REGULATION OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE

Abstract. The article examines the key elements of legal regulation of small and medium-sized businesses. Regulatory acts that play a key role in the formation of small and medium-sized businesses have been identified. Federal laws are considered to ensure the rights of subjects and transparency of activities in various sectors of the economy. Measures to support and stimulate small and medium-sized businesses for their effective functioning are considered.

Keywords: small and medium-sized enterprises, regulatory legal acts, regulation.

Введение

Актуальность темы заключается в том, что малое и среднее предпринимательство в условиях современного развития экономики играют важную роль для развития производственных и непроизводственных отраслей хозяйствования в силу большей мобильности в условиях рынка, более эффективной инновационной и инвестиционной политике. Зачастую именно малые предприятия совершают технологические рывки в высокоинтеллектуальных сферах хозяйственной деятельности. С другой стороны – малые и средние предприятия являются одним из источников, поступающих в казну государств налоговых отчислений и, таким образом, поддерживают экономическую и социальную сферу деятельности государств.

Вопросы нормативно-правового регулирования малого и среднего предпринимательства в России рассматривались ранее в научной литературе. Так,

работа Мамонова П.С. посвящена правовому регулированию деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства: теория и практика. Исследования Ермолова Н.С. рассматривают правовое регулирование финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в российской федерации. Однако, несмотря на значительный объем информации в исследованиях, многие аспекты остаются недостаточно изученными.

Цель и задачи исследования

Цель: проанализировать роль нормативно-правовых актов для малого и среднего предпринимательства в современных условиях.

Задачи:

- Изучить классификацию нормативно-правовых актов и правовое регулирование предпринимательской деятельности.
- Определить нормативные акты, играющие ключевую роль в формировании благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства.
- Проанализировать меры поддержки малого и среднего предпринимательства для эффективного функционирования.

Методы исследования

В данном исследовании используются теоретические методы: анализ, дедукция, индукция, классификация.

Полученные результаты

При проведении анализа нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность субъектов малого предпринимательства в государстве, можно выделить несколько подходов к их систематизации или классификации: в зависимости от юридического значения и правовых последствий; опираясь на законодательный процесс; учитывая содержание; исходя из влияния на управление и структурирование организации [7].

В России государственное регулирование предпринимательства представляет собой многогранную систему, охватывающую различные аспекты права. Правовое урегулирование предпринимательской деятельности предполагает рассмотрение с позиции таких правовых сфер, как конституционное, гражданское, административное, налоговое и уголовное законодательство.

Ключевыми юридическими актами являются Конституция Российской Федерации, определяющая фундаментальные принципы экономической, социокультурной и административно-политической жизни общества, а также федеральные законы и постановления, издаваемые Федеральным Собранием России [9].

Конституция Российской Федерации представляет собой главный правовой акт, обладающий наивысшей юридической силой. Этот документ определяет основные положения регулирования экономической деятельности, в том числе предпринимательства. В статье 8 Конституции РФ сформулирова-

ны базовые принципы функционирования рыночной экономики на территории страны, что создает благоприятные условия для развития предпринимательства.

Конституция Российской Федерации подчеркивает важность защиты фундаментальных прав и интересов субъектов экономической деятельности, как указано в статьях 34–37. Эти права гражданина могут быть ограничены исключительно Федеральными законами, имеющими целью охрану конституционного строя, общественной морали, здоровья населения, прав и законных интересов других граждан. Если возникает необходимость в защите прав граждан, в том числе и прав предпринимателей, то обратиться в суд можно на основании статьи 46 Конституции Российской Федерации.

Гражданский кодекс Российской Федерации регулирует все частные и юридические отношения, устанавливая важнейшие юридические нормы и правила. Этот законодательный акт определяет основы предпринимательской деятельности, обобщая ключевые организационно-правовые формы и правовые аспекты бизнеса. Права участников предпринимательства защищаются по закону, уделяя внимание особым аспектам предпринимательской сферы.

Малое и среднее предпринимательство в России представляют собой значимый сектор экономики, являясь объектом пристального внимания государственной политики. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» задан для регулирования основных аспектов данной сферы. В этом законе изложены не только цели и принципы государственной поддержки, оказываемой предпринимательству, но и подробные механизмы ее реализации.

Одним из значимых положений данного закона является формулировка понятий субъектов малого и среднего предпринимательства. Это позволяет ясно классифицировать категории предпринимателей, обладающих правом на специальную поддержку и преференции в контексте государственной стратегии содействия развитию бизнес-сектора.

Государство осознает значимость поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) и формирует нормативно-правовую базу, регулиующую их правовое положение [3].

Для обеспечения прав субъектов и прозрачности деятельности в различных секторах существуют ключевые федеральные законы Российской Федерации. Одним из таких нормативных актов является Федеральный закон от 6 декабря 2011 года № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», который разрешает использовать упрощенные методы ведения бухгалтерского учета. Этот важный законодательный акт обеспечивает прозрачность и достоверность финансовой отчетности организаций [6].

Еще одним важным нормативным актом является Федеральный закон Российской Федерации от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муни-

ципальных нужд». Этот закон предоставляет различные преференции для субъектов малого и среднего предпринимательства при участии в государственных закупках [1].

Таким образом, знание и соблюдение данных законодательных норм становится ключевым компонентом для успешного и законного функционирования как крупных корпораций, так и малых бизнес-структур. Эти регуляции создаются для содействия справедливости, обеспечения прозрачности и защиты прав участников экономических взаимодействий [5].

Ключевой составляющей для стимулирования роста малого и среднего бизнеса является наличие специализированных программ и органов, занимающихся координацией и поддержкой этих предприятий.

Для поддержания эффективного функционирования малого и среднего бизнеса важно реализовывать систематические меры поддержки. В эту категорию входят государственные закупки товаров и услуг у представителей малого и среднего бизнеса, предоставление им имущественной поддержки, ведение различных реестров субъектов предпринимательства, а также регулярные статистические наблюдения экономической деятельности. Такие меры способствуют формированию благоприятных условий для активного развития предпринимательской деятельности и увеличения ее конкурентоспособности.

Необходимо отметить, что поддержка малого и среднего предпринимательства предоставляется не только государством, но и через создание специализированной инфраструктуры. Эта инфраструктура обеспечивает предпринимателей доступом к необходимым ресурсам и услугам [5].

В ряде регионов России приняты специальные законы, направленные на развитие и поддержку малого и среднего предпринимательства.

Например, законодательный акт Санкт-Петербурга от 17 апреля 2008 года № 194-32 «О поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге», а также законодательный акт Краснодарского края от 4 апреля 2008 года № 1448-КЗ «О развитии и поддержке малого и среднего предпринимательства в Краснодарском крае» представляют собой лишь часть нормативно-правовых документов, регулирующих деятельность малых и средних предприятий в различных субъектах Российской Федерации.

Эти нормативные акты играют ключевую роль в формировании благоприятных условий для развития МСП, стимулируя деловую активность и способствуя региональному экономическому росту. В них установлены меры поддержки предпринимательства, упрощены административные процедуры, предусмотрены налоговые льготы и субсидии, а также обеспечен доступ к финансовым и инфраструктурным ресурсам.

Международные соглашения и нормативные акты, направленные на поддержку и развитие малого и среднего предпринимательства, играют важнейшую роль в формировании правовой базы сектора. Значительное внимание уделяется правовым актам, утвержденным в рамках Содружества Независимых Государств (СНГ) и Евразийского экономического союза (ЕАЭС). В этом контексте выде-

ляется Модельный закон о государственной поддержке малого предпринимательства, принятый Межпарламентской Ассамблеей государств-участников СНГ 8 июня 1997 года. Этот закон устанавливает общие принципы государственной поддержки МСП и закрепляет механизмы стимулирования и регулирования деятельности малых предприятий.

Данный законодательный акт формирует базис для формирования и реализации программ поддержки малых и средних предприятий в странах-участниках. Стоит подчеркнуть, что предусмотренные в законе формы и механизмы государственного стимулирования могут существенно различаться в зависимости от уникальных условий и потребностей каждого государства. Это, в свою очередь, способствует стандартизации и гармонизации подходов к поддержке МСП в рамках региона.

Правовая база играет решающую роль в создании благоприятной среды для развития малого и среднего предпринимательства. От четкой и справедливой системы норм и законов зависят условия, в которых предприниматели могут эффективно функционировать и расти. В конечном итоге, стабильное развитие малого и среднего бизнеса способствует укреплению национальной экономики и улучшению качества жизни граждан.

Малый и средний бизнес занимают центральное место в поддержании устойчивого экономического роста и социальной стабильности. Эти предприятия являются основным двигателем инноваций, созданием новых рабочих мест и стимулированием конкурентной среды для развития бизнеса.

В условиях динамично трансформирующейся экономической среды требуется регулярное обновление стратегий поддержки и стимулирования роста малого и среднего бизнеса. Это способствует формированию благоприятной среды для предпринимательской активности, оптимизирует использование ресурсов и повышает конкурентоспособность экономики Российской Федерации [8].

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // garant.ru : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/70353464> (дата обращения: 15.04.2024).

2. Федеральный закон от 21.12.2001 № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» // garant.ru : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/12125505> (дата обращения: 16.04.2024).

3. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // garant.ru : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/12154854> (дата обращения: 15.04.2024).

4. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // garant.ru : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/12148517> (дата обращения: 16.04.2024).

5. Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» // garant.ru : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/12164247> (дата обращения: 15.04.2024).

6. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // garant.ru : [сайт]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70003036> (дата обращения: 15.04.2024).

7. К вопросу о нормативной правовой основе регулирования и развития субъектов малого и среднего предпринимательства // cyberleninka.ru : [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-normativnoy-pravovoy-osnove-regulirovaniya-i-razvitiya-subektov-malogo-i-srednego-predprinimatelstva> (дата обращения: 15.04.2024).

8. Регулирование малого и среднего предпринимательства на региональном и муниципальном уровнях // kpfu.ru : [сайт]. – URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F567012546/MSP.pdf> (дата обращения: 16.04.2024).

9. Роговая Т.П. Уровни правового регулирования предпринимательской деятельности в Российской Федерации / Т.П. Роговая. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – № 47 (389). – С. 292– 294. – URL: <https://moluch.ru/archive/389/85703> (дата обращения: 16.04.2024).

Информация об авторах

Немцова Екатерина Евгеньевна – студент бакалавриата, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: nemczovakatya@gmail.com.

Копылова Наталия Юрьевна – старший преподаватель, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: rayanata@mail.ru.

Ямбаева Оксана Бакасовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: yambaeva.oksana@mail.ru.

Authors

Ekaterina E. Nemtsova – Undergraduate student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: nemczovakatya@gmail.com.

Natalia Yu. Kopylova – Senior lecturer, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurial Activities, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: payanata@mail.ru.

Oksana B. Yambaeva – Candidate of Economic Sciences, associate professor, Department of Economics of Enterprises and Entrepreneurial Activity, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: yambaeva.oksana@mail.ru.

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Аннотация. Рассмотрены основные тенденции развития молодежного предпринимательства, выявлены основные проблемы молодежного предпринимательства, выделены основные решения для поддержки молодежного предпринимательства, проанализированы основные меры поддержки молодежного предпринимательства, разработаны инициативы, которые могут оказать значительное влияние на развитие сектора.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, основные тенденции, молодежь, предпринимательство, экономика.

A.M. Nikolaeva,
D.S. Shevchuk

DEVELOPMENT OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP: TRENDS, PROBLEMS AND SOLUTIONS

Abstract. The main trends in the development of youth entrepreneurship are considered, the main problems of youth entrepreneurship are identified, the main solutions for supporting youth entrepreneurship are highlighted, the main measures to support youth entrepreneurship are analyzed, initiatives that can have a significant impact on the development of the sector are developed.

Keywords: youth entrepreneurship, main trends, youth, entrepreneurship, economics.

Введение

Молодежное предпринимательство является одним из самых важных сегментов экономики, способствующий созданию рабочих мест и развитию инноваций. В последние годы наблюдается рост интереса к этому направлению, однако существуют значительные проблемы, которые необходимо решать для его дальнейшего развития.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – совершенствование молодежного предпринимательства в современных условиях.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть основные тенденции развития молодежного предпринимательства;
- выявить основные проблемы молодежного предпринимательства;
- выделить основные решения для поддержки молодежного предпринимательства;

- проанализировать основные меры поддержки молодежного предпринимательства;
- разработать инициативы, которые могут оказать значительное влияние на развитие сектора.

Методы исследования

Сравнительный анализ, статистический анализ, наблюдение, описание, синтез, обобщение.

Полученные результаты

В самом начале необходимо рассмотреть основные тенденции развития молодежного предпринимательства (рис. 1).

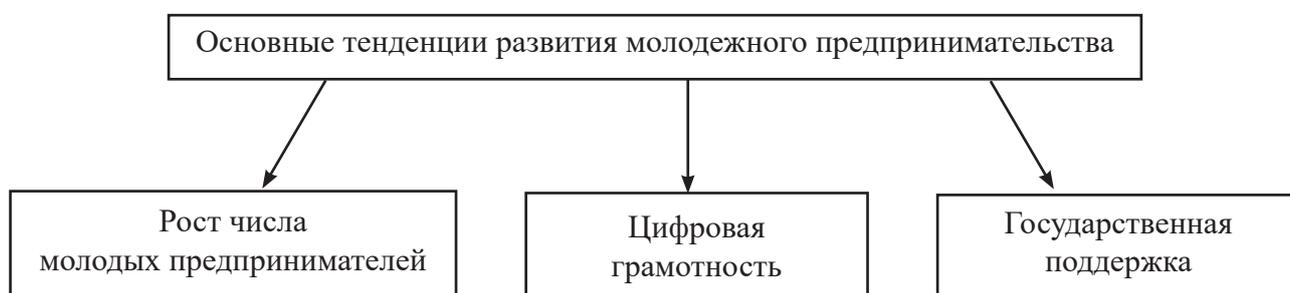


Рис. 1. Основные тенденции развития молодежного предпринимательства

Так, рассмотрим более подробно основные тенденции развития молодежного предпринимательства, проиллюстрированные на рис. 1:

- рост числа молодых предпринимателей. По данным Минэкономразвития России, количество предпринимателей в возрасте до 25 лет увеличилось на 20 % в 2023 году, что свидетельствует о повышении интереса молодежи к бизнесу. На сегодняшний день около 1 миллиона индивидуальных предпринимателей в России – это молодые люди до 35 лет [1];

- цифровая грамотность. Поколение Z демонстрирует высокую степень цифровой грамотности, что способствует запуску новых бизнесов, особенно в сфере платформенной экономики. Молодые люди охотно используют цифровые технологии для создания микробизнесов [там же];

- государственная поддержка. В настоящее время система государственной поддержки молодежного предпринимательства расширяется. В рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство» молодые люди могут получать гранты на реализацию своих бизнес-проектов, а также доступ к образовательным программам и консультациям [там же; 2].

Несмотря на положительные тенденции, молодежное предпринимательство сталкивается с рядом проблем (рис. 2):

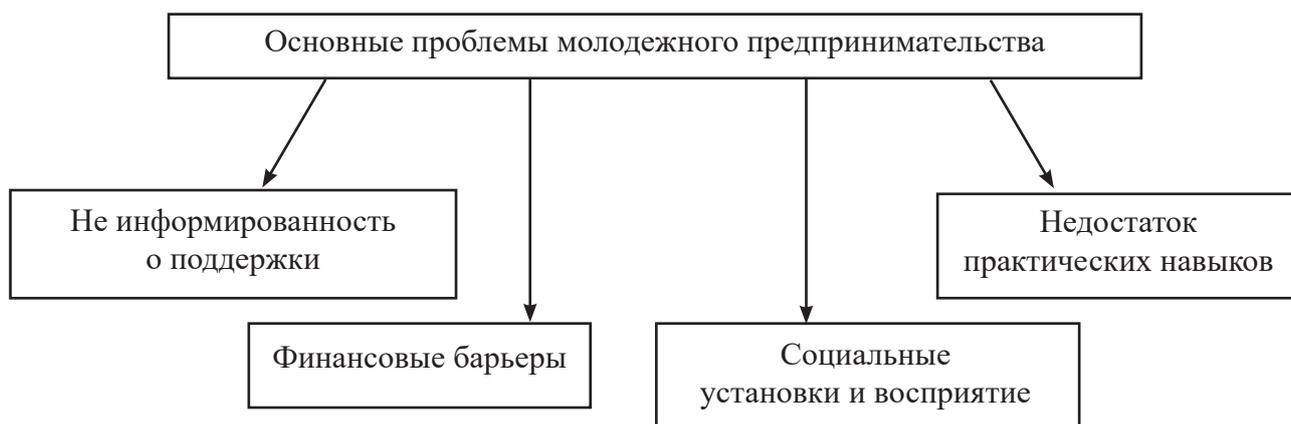


Рис. 2. Основные проблемы молодежного предпринимательства

Рассмотрим более детально данные, которые представлены на рисунке. Так к основным проблемам молодежного предпринимательства следует отнести:

- не информированность о поддержке. Многие молодые люди не знают о существующих мерах государственной поддержки. Опросы показывают, что лишь 18 % молодежи осведомлены о возможностях помощи от государственных структур [3; 4];

- финансовые барьеры. Высокие ставки кредитов и отсутствие стартового капитала остаются основными препятствиями для молодых предпринимателей. Это затрудняет запуск новых бизнесов и ограничивает их развитие [там же; 5];

- недостаток практических навыков. Образовательная система не всегда готовит молодежь к реальным условиям ведения бизнеса. Часто отсутствуют необходимые навыки для успешного старта и управления бизнесом [там же; 4];

- социальные установки и восприятие. Предпринимательство не является популярной карьерной целью среди молодежи. Многие предпочитают работать в крупных компаниях или государственных структурах, что снижает уровень предпринимательской активности [3].

Для преодоления существующих проблем необходимо разработать комплексные меры поддержки (табл.).

Решения для поддержки молодежного предпринимательства

№ п/п	Наименования решения	Краткая характеристика
1	Увеличение информированности	Проведение информационных кампаний и образовательных мероприятий в учебных заведениях поможет повысить осведомленность молодежи о возможностях государственной поддержки и успешных примерах ведения бизнеса
2	Развитие финансовых инструментов	Создание более доступных условий для получения кредитов и грантов, а также расширение программ микрофинансирования для молодых предпринимателей

№ п/п	Наименования решения	Краткая характеристика
3	Сотрудничество с образовательными учреждениями	Установление партнерских отношений между университетами и бизнесом может способствовать подготовке квалифицированных кадров с практическими навыками
4	Создание менторских программ	Привлечение опытных предпринимателей в качестве наставников поможет молодым людям избежать распространенных ошибок и ускорить процесс адаптации к бизнес-среде

Рассмотрев таблицу, стоит сделать вывод о том, что развитие молодежного предпринимательства требует комплексного подхода, который охватывает как государственные меры поддержки, так и активное участие образовательных учреждений и бизнеса. Это создаст благоприятную атмосферу для новых идей и инициатив среди молодых людей [6].

Далее стоит сделать акцент на том, что на федеральном уровне в России разработано несколько эффективных мер поддержки молодежного предпринимательства, которые способствуют развитию этого сектора экономики. Основные из них включают:

1. Гранты для начинающих предпринимателей.

Молодые люди в возрасте от 14 до 25 лет могут получить гранты на сумму от 100 до 500 тысяч рублей. Если бизнес будет вестись в Арктической зоне, то сумма может достигать 1 миллиона рублей. Эти гранты предоставляются для создания и развития бизнеса. Чтобы получить грант, нужно пройти бесплатное обучение в центре «Мой бизнес» и предоставить жизнеспособный бизнес-план. Также необходимо обеспечить софинансирование в размере не менее 25 % от стоимости проекта [7].

2. Образовательные программы.

Программа «Я в деле» – это всероссийская программа, которая направлена на обучение молодёжи основам предпринимательства. В рамках программы проводятся курсы, встречи с опытными бизнесменами и менторская поддержка. Программа охватывает множество регионов и позволяет участникам развивать свои проекты с помощью наставников.

3. Центры «Мой бизнес».

В каждом регионе России действуют центры «Мой бизнес», где молодые предприниматели могут получить помощь в оформлении заявок на гранты, составлении бизнес-планов и выборе налоговых режимов. Эти центры также предоставляют информацию о доступных мерах поддержки.

Центры «Мой бизнес» предлагают различные образовательные мероприятия, которые помогают молодым людям развивать необходимые навыки для успешного ведения бизнеса. Данные центры помогают молодым предпринимателям получить льготные кредиты и микрозаймы для старта бизнеса, что значительно снижает финансовые барьеры.

4. Инновационные программы и инициативы.

Поддержка технологических стартапов: в рамках различных инициатив поддерживаются проекты, направленные на создание инновационных продуктов. Например, программа «СтартТех» объединяет молодых предпринимателей и экспертов для разработки технологических решений.

Создание платформ для обмена опытом между молодыми предпринимателями и более опытными бизнесменами способствует развитию новых идей и проектов. Это включает как онлайн-платформы, так и офлайн-встречи.

Эти меры поддержки создают условия для активного вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность, способствуя созданию новых рабочих мест и инновационных решений в экономике страны [8].

Юные бизнесмены сталкиваются с различными финансовыми трудностями, которые могут помешать запуску и развитию их дела. Однако современные инновационные технологии могут значительно упростить доступ к финансированию и повысить финансовую стабильность. Рассмотрим несколько ключевых инновационных технологий, которые могут помочь молодым предпринимателям (рис. 3).

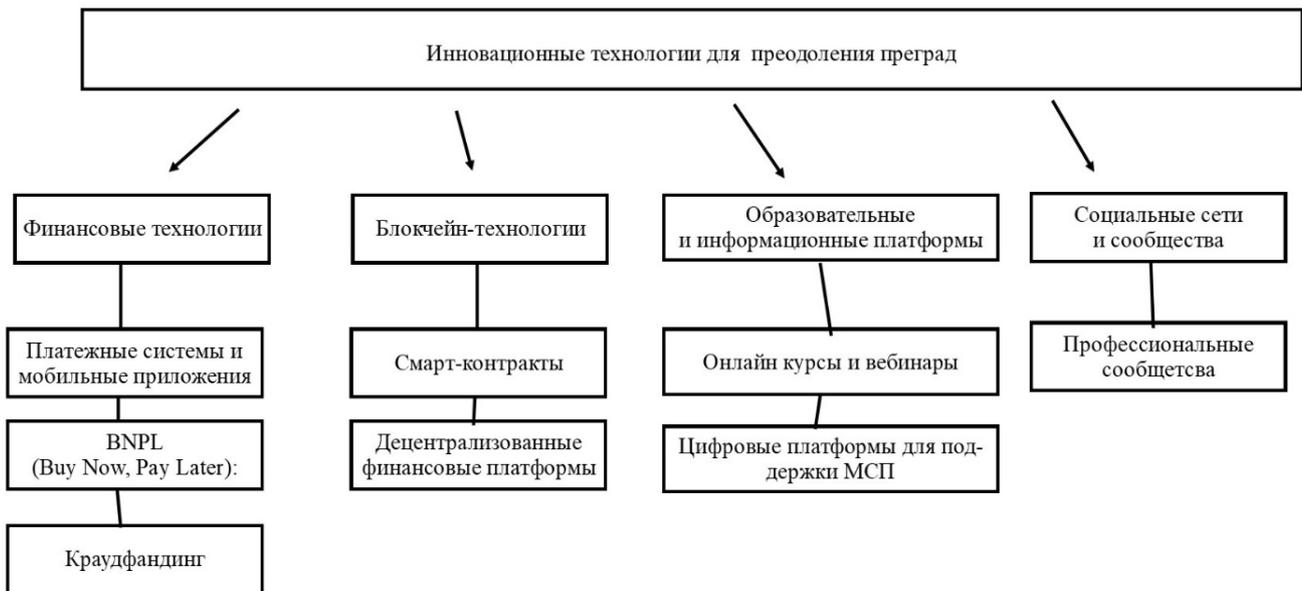


Рис. 3. Инновационные технологии для преодоления преград

Проанализируем полученные данные, на рисунке, приведенном выше. Так, существует 4 основные технологии:

1. Финансовые технологии (финтех).

– платёжные системы и мобильные приложения. Финансовые технологии, такие как мобильные платежи и электронные кошельки, позволяют молодым предпринимателям быстро и безопасно принимать платежи от клиентов. Примеры таких сервисов включают PayPal, Яндекс.Кассу и Revolut. Эти платформы помогают снизить затраты на эквайринг и упрощают процесс получения денег.

– BNPL (Buy Now, Pay Later). Этот сервис позволяет клиентам совершать покупки в кредит без предварительной оплаты. Молодые предприниматели могут использовать такие решения, как «Долями», чтобы увеличить объём продаж, предлагая клиентам гибкие условия оплаты.

– краудфандинг. Платформы для краудфандинга, такие как Boomstarter и Planeta.ru, позволяют молодым предпринимателям привлекать средства от множества мелких инвесторов. Это особенно полезно для стартапов на ранних стадиях, когда традиционные источники финансирования недоступны.

2. Блокчейн-технологии.

– смарт-контракты. Блокчейн позволяет создавать смарт-контракты, которые автоматически исполняются при выполнении определённых условий. Это может снизить затраты на юридические услуги и повысить доверие между сторонами сделки [9].

– децентрализованные финансовые платформы (DeFi). Эти платформы предлагают услуги кредитования и заимствования без посредников. Молодые предприниматели могут получать кредиты под залог криптовалюты или других активов, что открывает новые возможности для финансирования.

3. Образовательные и информационные платформы.

– онлайн-курсы и вебинары. Платформы, предлагающие образовательные ресурсы по финансовой грамотности и предпринимательству, могут помочь молодым людям лучше понимать рынок и управлять своими финансами. Программы вроде «Азбука предпринимателя» обучают основам бизнеса и помогают составить бизнес-план [10].

– цифровые платформы для поддержки МСП. Платформа МСП.РФ предоставляет доступ к более чем 800 мерам поддержки для малых и средних предприятий, включая льготные кредиты и гранты. Это значительно упрощает процесс получения помощи для молодых предпринимателей.

4. Социальные сети и сообщества.

– профессиональные сообщества. Платформы вроде LinkedIn или специализированные группы в социальных сетях позволяют молодым предпринимателям находить единомышленников, обмениваться опытом и находить инвесторов или партнёров.

Использование этих технологий может существенно снизить финансовые барьеры для молодежных предпринимателей, предоставляя им доступ к необходимым ресурсам для успешного ведения бизнеса [11].

Для стимулирования молодёжного предпринимательства в России необходимо внести ряд изменений в законодательство. Эти изменения создадут более благоприятные условия для молодых предпринимателей.

Рассмотрим ключевые инициативы, которые могут оказать значительное влияние на развитие этого сектора.

Определение понятий на федеральном и региональном уровнях позволит создать комплексную систему поддержки и регулирования молодёжного предпринимательства.

Снижение административных барьеров для молодёжных инициатив, особенно для малых предприятий с численностью до пяти человек, позволит им работать по аналогии с самозанятыми.

Разработка эффективной системы кредитования с льготными условиями для молодёжи, включая низкие процентные ставки и отсутствие залога, поможет решить проблемы с доступом к финансированию.

Создание бизнес-инкубаторов на базе высших учебных заведений позволит студентам получать практические навыки и опыт в предпринимательстве. Наставничество поможет молодым предпринимателям учиться у более опытных коллег.

Увеличение доступности грантов для молодёжи, особенно в социальных и технологических сферах, будет способствовать развитию новых идей и стартапов.

Создание удобных цифровых платформ для получения информации о мерах поддержки и возможностях финансирования поможет молодым предпринимателям быстрее ориентироваться в доступных ресурсах.

Выводы

Изменения в законодательстве, направленные на поддержку молодежного предпринимательства, могут значительно улучшить условия для молодых людей, желающих начать свой бизнес. Упрощение процедур, финансовая поддержка и образовательные инициативы создадут более благоприятную среду для реализации их идей и проектов.

Список использованной литературы

1. Что способствует развитию молодежного предпринимательства / Сайт РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/business/12/09/2024/66daca569a79472270eb3416> (дата обращения: 01.10.2024).
2. Молодежное предпринимательство: проблемы и решения / Информационно-правовой портал Гарант.Ру. – URL: <https://www.garant.ru/news/1468805> (дата обращения: 01.10.2024).
3. Проблемы, мешающие успешному развитию молодежного предпринимательства / Сайт национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен». – URL: <https://atameken.kz/ru/news/9241-9241> (дата обращения: 01.10.2024).
4. Сокк А.Д. Меры поддержки молодежного предпринимательства в России: поиск эффективных моделей / А.Д. Сокк, А.Д. Дараселия // IX Студенческий юридический форум» Парадигма права на современном этапе развития общества: от теории к практике». – 2023. – С. 386–389.
5. Меры поддержки молодежного предпринимательства в России / Сайт Росконгресс. – URL: <https://roscongress.org/materials/mery-podderzhki-molodezhnogo-predprinimatelstva-v-rossii> (дата обращения: 01.10.2024).
6. Что способствует развитию молодежного предпринимательства / Официальный сайт «Деловая Россия» – общероссийской общественной организа-

ции. – URL: <https://deloros.ru/press-centr/publikacii/что-способствует-развитию-молодежного-предпринимательства> (дата обращения: 01.10.2024).

7. Направления развития молодежного предпринимательства стран G20 / Официальный сайт Петербургского экономического форума. – URL: <https://forumspb.com/news/news/направленија-развитија-молодежного-предпринимательства-стран-g20> (дата обращения: 01.10.2024).

8. Комитет по развитию молодежного предпринимательства / Сайт общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ». – URL: <https://opora.ru/komitety-i-komissii/komitety/razvitiyu-molodezhnogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 01.10.2024).

9. Что способствует развитию молодежного предпринимательства / Сайт РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/business/12/09/2024/66daca569a79472270eb3416> (дата обращения: 01.10.2024).

10. Орешкин М. Изменения в экономике – это возможность для молодых предпринимателей реализовать себя / Сайт Корпорации МСП – федеральный институт поддержки малого и среднего предпринимательства. – URL: https://corpmsp.ru/pres_slujba/news/maksim_oreshkin_izmeneniya_v_ekonomike_eto_vozmozhnost_dlya_molodykh_predprinimateley_realizovat_seb (дата обращения: 01.10.2024).

11. Вернигора С.О. Основные проблемы молодежного предпринимательства в современной России / С.О. Вернигора, Е.В. Соловьева // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2023. – №. 2. – С. 161–169.

Информация об авторах

Николаева Анна Михайловна – старший преподаватель, Высшая школа производственного менеджмента, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, e-mail: sianna97@yandex.ru.

Шевчук Дарья Сергеевна – специалист по учебно-методической работе, Дирекция Института промышленного менеджмента, экономики и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, e-mail: shevchuk_ds@spbstu.ru.

Authors

Anna M. Nikolaeva – senior lecturer of Graduate School of Industrial Management, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, the Russian Federation, e-mail: sianna97@yandex.ru.

Daria S. Shevchuk – specialist in educational and methodical work, Institute of Industrial Management, Economics and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, the Russian Federation, e-mail: shevchuk_ds@spbstu.ru.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА КОРПОРАТИВНЫХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема эффективности работы персонала корпоративного университета. Проведен анализ организационно-штатной структуры одного из его подразделений – департамента технических компетенций. В рамках исследования анализировалась работа специалистов по учебно-методической работе путем использования метода фотонаблюдения. По результатам исследования предложен ряд практических мероприятий, направленных на повышение эффективности работы персонала корпоративного университета.

Ключевые слова: персонал, развитие персонала, эффективность работы персонала, корпоративный университет, производительность труда.

D.V. Sorokina

INCREASING STAFF EFFICIENCY IN CORPORATE UNIVERSITIES

Abstract. This article examines the problem of the efficiency of the personnel of a corporate university. An analysis of the organizational and staff structure of one of its divisions, the department of technical competencies, was conducted. The study analyzed the work of specialists in educational and methodological work using the photo surveillance method. Based on the results of the study, a number of practical measures aimed at improving the efficiency of the personnel of the corporate university were proposed.

Keywords: personnel, personnel development, personnel efficiency, corporate university, labor productivity.

Введение

Необходимость повышения производительности труда является одним из глобальных вызовов современной экономики [5]. Корпоративные университеты способны сыграть значительную роль в этом процессе. С одной стороны, корпоративные университеты нацелены на обучение и развитие персонала, которое традиционно рассматривается в качестве одного из факторов роста производительности труда, способствуя развитию человеческого капитала организаций. За последние десятилетия корпоративное обучение стало неотъемлемой частью работы большинства российских компаний [7]. Корпоративный университет в современном понимании – это выстроенная система внутрифирменного обучения, объединенная единой концепцией и методологией, разработанная для персонала предприятия в рамках идеологии и стратегии развития компании, а также задач, стоящих перед его отдельными структурными подразделениями [4]. Хорошо управляемые корпоративные университеты рассматриваются как активы, которые способствуют привлечению и удержанию талантов, способствуют оптимизации бизнеса и устойчивому развитию компании [2; 3]. С другой стороны, корпо-

ративные университеты динамично развиваются, самостоятельно наработывают собственный опыт, ориентируясь на запросы бизнеса [1]. И эффективность их работы зависит также от качества управления [9]. В результате наиболее полного на настоящий момент анализа деятельности корпоративных университетов России [6] выявлено отсутствие зависимости между численностью работников компаний, в том числе прошедших обучение, и количеством сотрудников, задействованных в организации корпоративного обучения, а также эффективностью деятельности компаний. Таким образом, проблема повышения эффективности работы сотрудников корпоративных университетов имеет огромное значение не только для самих корпоративных университетов, но и бизнеса в целом.

Цель и задачи исследования. Целью исследования выступает анализ деятельности сотрудников корпоративного университета и разработка практических мероприятий, направленных на повышение эффективности их работы.

Задачами исследования являются анализ работы специалистов по учебно-методической работе путем использования метода фотонаблюдения, определение факторов, снижающих производительность труда сотрудников, разработка практических мероприятий, направленных на оптимизацию работы персонала и повышение его эффективности.

Методы исследования. В данной работе использовались следующие методологические приемы и методические инструменты: анализ, синтез, индукция, наблюдение, качественное и количественное описание, измерение, формализация, сравнение.

Полученные результаты

Очевидно, что для максимальной эффективности бизнеса и оптимизации процесса обучения корпоративные университеты показывать высокие результаты своей работы. Однако следует признать, что далеко не всегда достигается желаемый уровень эффективности работы персонала таких образовательных структур. Под эффективностью работы персонала понимается мера того, насколько успешно, продуктивно и качественно сотрудники выполняют свои задачи и достигают поставленных целей.

Объектом исследования является департамент технических компетенций корпоративного университета крупной производственной компании, действующей на территории Иркутской области. В рамках исследования анализировалась работа специалистов по учебно-методической работе с использованием фотографии рабочего времени сотрудника. Проведение фотонаблюдения предполагает последовательную фиксацию и документирование всех видов деятельности, выполняемых сотрудником в течение рабочего дня на его рабочем месте. Для получения результатов с высокой степенью достоверности наблюдения были проведены за разными исполнителями – методистами (4 человека).

Результаты проведенного наблюдения были занесены в наблюдательные листы, где каждая запись демонстрировала конкретные действия, осуществляемые исполнителем, а также факторы, которые стали причинами его бездействия. Для удобства фиксации затрат рабочего времени была разработана их индексация: Р – работа, П – перерыв, обед, О – отсутствие на рабочем месте, ЛР – личные разговоры, РР – рабочие разговоры.

Такой метод позволил получить детальное представление о поведении исполнителя в его рабочее время и выявить потенциальные проблемы, которые замедляли или помешали ему выполнить свои обязанности. Таким образом, был сформирован фактический баланс рабочего времени сотрудника (табл. 1).

Таблица 1

Фактический баланс рабочего времени

№ Сотрудника	День № 1				
	Индекс	Сотрудник 1	Сотрудник 2	Сотрудник 3	Сотрудник 4
Фактический баланс рабочего времени, мин	Р	350	185	190	200
	П	85	110	125	85
	О	35	15	35	125
	ЛР	40	125	100	80
	РР	30	105	90	50
	День № 2				
	Р	315	185	215	285
	П	105	120	115	80
	О	30	60	35	45
	ЛР	15	95	50	40
РР	15	20	65	30	

Далее был составлен нормативный баланс рабочего времени, путем сравнения полученных данных фактического и нормативного балансов выявлены временные излишки и недостатки (табл. 2 и табл. 3).

Таблица 2

Балансы рабочего времени первого дня и их сравнение

№ Сотрудника	Индекс	День № 1			
		Баланс рабочего времени, мин		Излишек, мин	Недостатки, мин
		фактический	нормативный		
Сотрудник 1	Р	350	370	–	20
	П	85	80	5	–
	О	35	50	–	15
	ЛР	40	0	40	–
	РР	30	40	–	10

День № 1					
№ Сотрудника	Индекс	Баланс рабочего времени, мин		Излишек, мин	Недостатки, мин
		фактический	нормативный		
Сотрудник 2	Р	185	370	–	185
	П	110	80	30	–
	О	15	50	–	35
	ЛР	125	0	125	–
	РР	105	40	65	–
Сотрудник 3	Р	190	370	–	180
	П	125	80	45	–
	О	35	50	–	15
	ЛР	100	0	100	–
	РР	90	40	50	–
Сотрудник 4	Р	200	370	–	170
	П	85	80	5	–
	О	125	50	75	–
	ЛР	80	0	80	–
	РР	50	40	10	–

Таблица 3

Балансы рабочего времени второго дня и их сравнение

День № 2					
№ Сотрудника	Индекс	Баланс рабочего времени, мин		Излишек, мин	Недостатки, мин
		фактический	нормативный		
Сотрудник 1	Р	315	325	–	10
	П	105	80	25	–
	О	30	45	–	15
	ЛР	15	0	15	–
	РР	15	30	–	15
Сотрудник 2	Р	185	325	–	140
	П	120	80	40	–
	О	60	45	15	–
	ЛР	95	0	95	–
	РР	20	30	–	10

День № 2					
№ Сотрудника	Индекс	Баланс рабочего времени, мин		Излишек, мин	Недостатки, мин
		фактический	нормативный		
Сотрудник 3	Р	215	325	–	110
	П	115	80	35	–
	О	35	45	–	10
	ЛР	50	0	50	–
	РР	65	30	35	–
Сотрудник 4	Р	285	325	–	40
	П	80	80	–	–
	О	45	45	–	–
	ЛР	40	0	40	–
	РР	30	30	–	–

Заключительным элементом анализа результатов фотонаблюдения стал расчет показателей использования рабочего времени каждым сотрудником (табл. 4 и табл. 5).

Таблица 4

Коэффициент использования рабочего времени

День № 1				
№ Сотрудника	Сотрудник 1	Сотрудник 2	Сотрудник 3	Сотрудник 4
Коэффициент использования рабочего времени, % (отношение нормируемого времени к фактическому)	$\frac{350 + 35 + 30}{480} \times 100\% = 86,4\%$	$\frac{185 + 15 + 105}{480} \times 100\% = 63,5\%$	$\frac{190 + 35 + 90}{480} \times 100\% = 65,6\%$	$\frac{200 + 125 + 50}{480} \times 100\% = 78,0\%$
	День № 2			
	$\frac{315 + 30 + 15}{420} \times 100\% = 85,7\%$	$\frac{185 + 60 + 20}{420} \times 100\% = 63\%$	$\frac{215 + 35 + 65}{420} \times 100\% = 75\%$	$\frac{285 + 45 + 30}{420} \times 100\% = 85,7\%$

Потеря времени на личные разговоры

№ Сотрудника	День № 1			
	Сотрудник 1	Сотрудник 2	Сотрудник 3	Сотрудник 4
Потеря времени на личные разговоры, %	$\frac{40}{480} \cdot 100\% = 8,3\%$	$\frac{125}{480} \cdot 100\% = 26,0\%$	$\frac{100}{480} \cdot 100\% = 20,8\%$	$\frac{80}{480} \cdot 100\% = 16,6\%$
	День № 2			
	$\frac{15}{420} \cdot 100\% = 3,5\%$	$\frac{95}{420} \cdot 100\% = 22,6\%$	$\frac{50}{420} \cdot 100\% = 11,9\%$	$\frac{40}{420} \cdot 100\% = 9,5\%$

Данный показатель был рассчитан по причине большого превышения нормативного времени.

Выводы

На основании предварительных результатов проведенного исследования можно констатировать наличие проблемы нерационального использования рабочего времени сотрудниками, снижения уровня исполнительской дисциплины, что препятствует улучшению качества и эффективности работы данных структур. Исследование показало, что основополагающими факторами, негативно влияющими на производительность труда персонала, являются излишние личные разговоры и ненормированные перерывы в рабочее время.

В связи с выявленными проблемами можно рассмотреть следующие мероприятия по повышению эффективности работы персонала.

1. Усиление контроля и дисциплины:

Для повышения общей производительности труда необходимо ужесточить дисциплину в коллективе. Это включает усиление контроля за рабочим временем сотрудников, минимизацию опозданий, длительных перерывов и простоев с помощью электронных систем учета или же назначения ответственных лиц за мониторинг соблюдения трудового порядка.

Требования к дисциплине должны быть четко зафиксированы во внутренних документах организации, с которыми каждый сотрудник должен ознакомиться под личную подпись. Как правило, нарушения рабочего распорядка влекут за собой дисциплинарные взыскания, вплоть до увольнения.

Также рекомендуется внедрить систему еженедельных планерок для контроля выполнения задач, что позволит регулярно отслеживать прогресс в достижении целей компании, оперативно выявлять и решать возникающие проблемы, повысить ответственность и исполнительность сотрудников и наладить эффективную коммуникацию между руководством и персоналом.

2. Автоматизация:

Внедрение автоматизации и новых технологий, в том числе электронных программ, способствует повышению эффективности работы персонала. Автоматизация исключает ошибки, ускоряет высокоуровневые бизнес-процессы и со-

кращает временные затраты, особенно в отделах с ручным документооборотом. Она позволяет централизовать работу с документами и данными, упрощает их упорядочивание, поиск и анализ. Автоматизированные платформы также собирают аналитические данные. В целом автоматизация бизнес-процессов повышает удовлетворенность сотрудников от работы за счет оперативного и качественного выполнения ими повседневных задач.

3. Повышение квалификации персонала:

Недостаток компетенций персонала может негативно сказываться на их личной эффективности, поэтому необходимо непрерывно обучать и развивать сотрудников компании. Обучение может проводиться как внутри компании (по корпоративным программам), так и за ее пределами (выездные тренинги, семинары). Обучение проходит как для целых отделов, так и для отдельных сотрудников в качестве поощрения. Результаты оцениваются до и после обучения, в том числе через анализ поведенческих метрик пользователей (активность, дисциплина, продуктивность, вовлеченность).

4. Усиление мотивации сотрудников:

Немаловажной задачей руководства является развитие системы мотивации в компании в целях повышения эффективности сотрудников. Традиционно мотивационная система включает материальное вознаграждение в виде премий и бонусов. Однако не менее действенны нематериальные стимулы: социальные пакеты, комфортные условия труда, рейтинговые показатели, корпоративные мероприятия. Как показывает практика, организация мотивации достаточно сложная задача для предприятия, но при этом правильное ее формирование окупит затраченные силы и средства [8].

5. Перераспределение функций:

Большинство компаний выстраивают свою организационную структуру в соответствии с функционалом подразделений. Это позволяет четко распределять полномочия, задачи и функции между подразделениями и сотрудниками. Наличие четкого функционального разделения дает возможность выявлять и перераспределять излишние или неэффективные процессы. Также функциональный подход допускает определенное увеличение объемов задач и функций отдельных подразделений, что в перспективе может привести к оптимизации штатной численности.

6. Сокращение численности:

Проведение процедуры сокращения численности или увольнение плохо работающих сотрудников по результатам аттестации. Сокращением сотрудников нужно управлять, чтобы минимизировать затраты компании и не вызвать серьезную напряженность в коллективе.

Комплексная реализация данных мероприятий позволит повысить рациональное использование рабочего времени сотрудников, укрепить исполнительскую дисциплину и слаженность работы коллектива и, как следствие, улучшить качество и эффективность деятельности как отдельного подразделения – корпоративного университета, так и компании в целом.

Список использованной литературы

1. Аболмасов А.В. Системы корпоративного обучения в производственных компаниях России / А.В. Аболмасов, С.А. Смирнов, Т.А. Голубицкая, Р.А. Долженко // Вестник НГУЭУ. – 2024. – № 2. – С. 39–61.
2. Ананченкова П.И. Корпоративное обучение как инструмент управления человеческими ресурсами / П.И. Ананченкова, В.И. Бураков, М.Г. Спасенникова // Baikal Research Journal. – 2019. – Т. 10, № 3. – С. 1–10.
3. Ананченкова П.И. Развитие высокопроизводительных сотрудников (танталов) в условиях корпоративного университета / П.И. Ананченкова, Д.С. Силаев // Вестник университета (Российско-таджикский (Славянский) университет. – 2023. – № 2 (80).
4. Гридина В.В. Корпоративный университет как инструмент управления развитием персонала предприятия / В.В. Гридина, Т.С. Шаталова // Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности : материалы 1-й междунар. науч. конф. (г. Донецк, 16–18 мая 2016 г.) / под общей ред. Беспаловой С.В. – Донецк : Южный федеральный университет. – Т. 3. – 2016. – С. 188.
5. Карташова Л.В. Управление человеческими ресурсами: глобальные вызовы и возможности / Л.В. Карташова, М.В. Мусимович // Лидерство и менеджмент. – 2024. – Т. 11, № 1. – С. 13–32.
6. Каткало В.С. Корпоративные университеты России – 2023. / В.С. Каткало, Н.В. Шумкова, Д.Л. Волков, И.А. Дементьева // Москва : Издательский дом Высшей школы экономики. – 2023. – 280 с.
7. Лелюх А.Б. Гибридный формат корпоративного образования: преимущества и перспективы / А.Б. Лелюх, Е.Н. Федорова // Наука и школа. – 2023. – № 3. – С. 266–276.
8. Максимова О.В. Мотивация труда работников как инструмент повышения эффективности деятельности организации / О.В. Максимова, М.Н. Стефаненко // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : сб. науч. трудов: в 2 томах (г. Симферополь, 5 апр. 2019 г.). – Симферополь : Типография «Ариал». – 2019. – Т. 2. – С. 121.
9. Мамедгулиев Р.И. Функциональный анализ и методика внедрения LMS-систем для стимулирования социальной мобильности трудового капитала в образовательных экосистемах корпоративных университетов / Р.И. Мамедгулиев, С.А. Фризен, Е.С. Гаврилюк // Экономика труда. – 2024. – Т. 11, № 5. – С. 673–694.

Информация об авторе

Сорокина Дарья Викторовна – магистрант, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: darias2001@bk.ru.

Научный руководитель

Баева Ольга Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: BaevaON@bgu.ru.

Author

Daria V. Sorokina – Master's Degree student, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: darias2001@bk.ru.

Scientific supervisor

Olga N. Baeva – Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: BaevaON@bgu.ru.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. В статье рассматривается роль государства в развитии молодёжного предпринимательства путем создания благоприятной среды для развития молодёжного бизнеса, включая совершенствование законодательства, снижение административных барьеров и развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства. Проводится анализ основных мер государственной поддержки молодых предпринимателей, таких как гранты, субсидии, консультационные услуги и образовательные программы. Также рассматриваются проблемы, с которыми сталкиваются молодые предприниматели при получении государственной помощи, и предлагаются пути их решения. Статья подчёркивает важность сотрудничества государства и молодёжи для стимулирования экономического роста и создания новых рабочих мест.

Ключевые слова: молодёжное предпринимательство, государство, развитие, государственная программа, государственная поддержка.

A.V. Khungureeva,
I.S. Shavkunova

THE ROLE OF THE GOVERNMENT IN THE DEVELOPMENT OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP

Abstract. The article examines the role of the government in the development of youth entrepreneurship by creating a favorable environment for the development of youth business, including improving legislation, reducing administrative barriers and developing an infrastructure to support entrepreneurship. The analysis of the main measures of state support for young entrepreneurs, such as grants, subsidies, consulting services and educational programs, is carried out. The problems faced by young entrepreneurs in obtaining state aid are also considered, and ways to solve them are proposed. The article emphasizes the importance of cooperation between the state and youth to stimulate economic growth and create new jobs.

Keywords: youth entrepreneurship, government, development, government program, government support.

Введение

В XXI веке молодёжное предпринимательство становится важнейшим фактором экономического развития многих стран. С учетом глобальных вызовов, таких как высокая безработица и нестабильность на рынке труда, создание условий для реализации предпринимательских инициатив среди молодёжи приобретает особое значение. Развитие молодёжного предпринимательства способствует не только созданию новых рабочих мест, но и инновациям, социальному прогрессу и улучшению качества жизни. В этом контексте роль государства в поддержке молодёжного предпринимательства становится весьма актуальной, поскольку

именно государственные инициативы способны создать необходимую инфраструктуру и предоставить ресурсы для реализации молодежных инициатив.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения роли государства в развитии молодёжного предпринимательства, поскольку именно государство обладает необходимыми ресурсами и инструментами для стимулирования и поддержки молодых предпринимателей. В условиях экономической нестабильности и глобальных вызовов поддержка молодёжного бизнеса становится особенно важной задачей.

Цель и задачи исследования

Основной целью статьи является анализ роли государства в формировании и развитии молодёжного предпринимательства. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить основные направления государственной поддержки молодёжного предпринимательства;
- рассмотреть существующие программы и меры поддержки молодых предпринимателей;
- выявить проблемы и перспективы развития молодёжного предпринимательства при поддержке государства.

Методы исследования

Для проведения исследования используются методы анализа научной литературы, статистических данных и нормативно-правовых актов, а также сравнительный метод и метод экспертных оценок.

Полученные результаты

Результаты исследования могут быть полезны для разработки рекомендаций по совершенствованию государственной политики в области поддержки молодёжного предпринимательства и повышения её эффективности.

Значение молодёжного предпринимательства для экономики

Молодёжное предпринимательство представляет собой важный аспект современного экономического развития, олицетворяющий креативность, инновационность и стремление молодежи к самостоятельности. В условиях глобализации и быстрого изменения рынка молодые предприниматели становятся движущей силой, способствующей обновлению и адаптации национальных экономик к современным вызовам. По данным Министерства экономического развития РФ, в 2023 году количество молодых предпринимателей в возрасте до 35 лет составило 4,68 млн человек, тогда как годом ранее данный показатель составлял всего 3,3 млн человек [1].

Ключевым аспектом значимости молодёжного предпринимательства является его способность создавать рабочие места. Молодые люди, запуская собственные бизнес-проекты, вносят вклад в снижение уровня безработицы в стране, наращивая количественный и качественный потенциал трудовых ресур-

сов. Кроме того, молодежное предпринимательство стимулирует инновации и технологический прогресс. Молодые предприниматели, обладая свежим взглядом на процессы и потребности рынка, часто внедряют уникальные идеи и инновационные подходы, что, в свою очередь, способствует развитию новых технологий и улучшению существующих продуктов и услуг. Это не только увеличивает конкурентоспособность на глобальном уровне, но и помогает наладить научные и технологические связи между различными секторами экономики.

Еще одной важной составляющей является социальный аспект: молодежное предпринимательство способствует развитию активной гражданской позиции молодого поколения. Участвуя в предпринимательских проектах, молодые люди учатся брать на себя ответственность, развивают лидерские качества и способности к сотрудничеству. Это создает условия для формирования зрелой и проактивной молодежи, готовой делать свой вклад в развитие общества.

Качественная поддержка государственной политики в этой сфере может существенно усилить положительный эффект от молодежных инициатив, позволяя отечественной экономике быть более гибкой и адаптивной к переменам.

Роль и направления государственной политики в создании условий для развития молодежного предпринимательства

Государственная поддержка молодежного предпринимательства охватывает разнообразные направления, направленные на создание благоприятной среды для развития молодых предпринимателей и их инициатив.

Первым важным аспектом является законодательство. Правовая поддержка включает в себя упрощение процедуры регистрации бизнеса, сокращение бюрократических барьеров и налоговых льгот для молодежных стартапов. Прозрачные и стабильные правовые рамки помогут молодежи чувствовать себя уверенно и защищено при старте собственного дела. Государственные инициативы по улучшению бизнес-климата и защите прав предпринимателей помогают снизить риски и стимулировать молодежь к реализации своих идей. Поддержка молодежного предпринимательства, являющаяся одним из направлений молодежной политики государства, закреплена в федеральном законе от 30 декабря 2020 года «О молодежной политике в Российской Федерации» [2]. На государственном уровне поддержка молодежного предпринимательства осуществляется такими организациями, как Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь), Ассоциация молодых предпринимателей России, Российский центр содействия молодежному предпринимательству, Международная и Российская молодежные палаты [3].

Инфраструктура также является важным аспектом. Сетевое взаимодействие и создание бизнес-инкубаторов также являются важными составляющими. Государство активно поддерживает создание пространства, где молодые предприниматели могут обмениваться опытом, находить партнеров и получать консультации от более опытных специалистов. В настоящее время в России действует более 200 бизнес-инкубаторов и технопарков, созданных при поддержке государства [4]. Примером успешного бизнес-инкубатора является «Сколково»,

где за последние пять лет было зарегистрировано более 300 молодых компаний, работающих в высоких технологиях.

Также важным аспектом является доступ к финансированию. Молодые предприниматели часто сталкиваются с трудностями в привлечении инвестиций, так как многие финансовые учреждения не готовы рисковать с неопытными бизнесменами. В этом контексте государство предлагает различные программы субсидирования, гранты и льготные кредиты. Это помогает молодым предпринимателям преодолеть начальные финансовые барьеры и запустить свои проекты. Благодаря господдержке граждане до 25 лет, которые решили открыть свое дело, могут получить грант от 100 до 500 тыс. рублей (или до 1 млн рублей в том случае, если деятельность ведется в Арктической зоне) [5].

Информационная поддержка является еще одним важным направлением. Государственные ресурсы предлагают доступ к базам данных, исследованиям, статистическим данным и аналитическим отчетам, которые могут быть полезны для молодежи в процессе планирования и запуска бизнеса. Создание онлайн-платформ для обмена опытом и знаниями также стало важным шагом к расширению доступа к необходимой информации.

Другим важным направлением является образование и профессиональная подготовка. Образовательные программы и тренинги играют значительную роль в подготовке молодых предпринимателей. Государственные учреждения и различные некоммерческие организации организуют курсы, семинары и мастер-классы, охватывающие темы управления бизнесом, маркетинга, финансов и легальных аспектов предпринимательства. Такое обучение помогает молодежи определить свои интересы и развить необходимые навыки и уверенность для ведения собственного бизнеса.

Проблемы и вызовы, возникающие при оказании поддержки государством

Несмотря на активное функционирование государственных программ, проблемы и вызовы, возникающие при оказании поддержки молодежному предпринимательству, многогранны и требуют комплексного подхода для их решения.

Одной из основных проблем является нехватка информации и недостаточная осведомленность молодежи о доступных мерах поддержки. Одна из причин такой ситуации заключается в недостаточной интеграции предпринимательского образования в учебные заведения. Даже при наличии факультативных программ часто отсутствует практическое применение знаний, что лишает студентов возможности приобрести реальные навыки. Важно, чтобы учебные планы включали не только теоретические аспекты предпринимательства, но и практические занятия, мастер-классы, симуляции бизнес-процессов и участие в стартапах. Также следует развивать программы наставничества, где опытные предприниматели могли бы делиться своим опытом и знаниями с молодыми стартаперами.

Кроме того, государственным и частным организациям необходимо создать онлайн-платформы, которые предоставляли бы доступ к образовательным ресурсам в сфере предпринимательства. Вебинары, курсы и видеоуроки могут стать

отличным дополнением к традиционному обучению, обеспечивая волонтерский доступ к информации для более широкой аудитории.

Важно также развивать партнерства между университетами, бизнесом и государственными структурами для создания совместных программ, которые позволят студентам и молодым предпринимателям получать актуальные знания и навыки, необходимые для успешного ведения бизнеса.

Второй проблемой можно считать бюрократические сложности и затянутость процесса получения субсидий. Статистика свидетельствует о том, что процесс оформления документов и прохождения всех этапов от заявки до получения средств занимает в среднем от 3 до 6 месяцев, что может привести к потере интереса у молодежи и отказу от предпринимательской деятельности. Для решения данной проблемы важно развивать программы, направленные на обучение юридическим аспектам ведения бизнеса. Проведение семинаров и вебинаров, а также создание онлайн-курсов по правовым основам предпринимательства позволят молодежи усвоить необходимые знания и навыки, что снизит число ошибок на этапе регистрации. Также необходимо развивать активное сотрудничество между государственными учреждениями и бизнес-инкубаторами или коворкингами. Эти организации способны служить связующим звеном между молодыми предпринимателями и государством, помогая им в оформлении документов и навигации по бюрократическим процессам.

Обязательно следует проводить регулярные опросы и исследования среди молодежи для выявления их реальных потребностей и проблем в процессе регистрации бизнеса. На основе полученных данных можно вносить изменения в законодательство и улучшать существующие процедуры.

Третьей серьезной проблемой является недостаточная интеграция программ государственной поддержки с реальными потребностями бизнеса. Многие меры поддержки, предлагаемые государством, не учитывают специфику и особенности начинающих предпринимателей, что затрудняет их применение. Например, законодательство не регулирует отдельно молодежное предпринимательство, оно попадает под действие Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [6]. В результате предприниматели не получают ту поддержку, которая действительно способствовала бы их успешной деятельности. Для решения этой проблемы необходимо внедрение системного подхода, который обеспечит двухсторонний диалог между государственными органами и молодыми предпринимателями. Эффективным решением может стать создание регулярных форумов и круглых столов, где молодые предприниматели смогут делиться своими потребностями и проблемами. Такие мероприятия помогут не только выявить актуальные запросы, но и сформировать базы данных, отражающие потребности молодежи, на основе которых будут адаптированы программы государственной поддержки. Немаловажным шагом является участие представителей молодежного предпринимательства в процессе разработки и оценки программ поддержки. Они могут играть ключевую роль в формировании содержательной части про-

грамм, указывая на наиболее актуальные инструменты и механизмы, которые реально помогут им на практике. Для этого целесообразным может быть создание молодежных советов при органах власти, которые будут заниматься вопросами предпринимательства. Кроме того, государственные органы должны следить за динамикой изменений в экономической среде и адаптировать свои программы в соответствии с последними трендами. Это может предполагать не только финансовую поддержку, но и обучение, менторство, доступ к инфраструктуре и ресурсам, необходимым для успешного ведения бизнеса.

Таким образом, анализируя проблемы и вызовы, с которыми сталкивается государственная поддержка молодежного предпринимательства, можно выделить ключевые направления для улучшения механизмов поддержки. Необходимо создавать более доступные и понятные каналы информации о возможностях финансирования, упрощать бюрократические процедуры, а также адаптировать программы поддержки под реальные потребности молодых предпринимателей.

Выводы

В условиях быстро меняющейся экономики и технологических трансформаций молодежное предпринимательство приобретает особую значимость. Государственная поддержка играет ключевую роль в этой сфере, создавая необходимые условия для успешной реализации предпринимательских инициатив молодежи. Правильные шаги со стороны государства могут стать мощным катализатором для роста числа стартапов и успешных компаний, основанных молодыми людьми. Однако необходимо помнить, что для достижения устойчивых результатов в развитии молодежного предпринимательства важно не только предоставить финансирование. Критически важно создать целостную экосистему, которая будет поддерживать молодых предпринимателей на всех этапах их пути: от идеи до реализации.

Перспективы развития молодежного предпринимательства в России выглядят вполне оптимистично. С учетом активной государственной поддержки и правильной стратегии, молодые предприниматели могут значительно повлиять на экономику страны, привести к инновациям и создать многочисленные рабочие места, что поможет достичь эффективного и устойчивого экономического роста.

Список использованной литературы

1. Илюшникова Т. Процент молодых предпринимателей среди новых ИП растет ежегодно / Т. Илюшникова // Министерство экономического развития Российской Федерации. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/tatyana_ilyushnikova_procent_molodyh_predprinimateley_sredi_novyh_ip_rastet_ezhegodno.html.

2. Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» // Информационно-правовой портал «Гарант». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/>

3. Точка входа: как работает поддержка молодых предпринимателей // Роспатент Федеральная служба по интеллектуальной собственности. – URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/news/tochka-vhoda-30112022>.

4. Экосистема для бизнеса новых технологий. – URL: <https://strategyjournal.ru/ekonomika-i-biznes/ekosistema-dlya-biznesa-novyh-tehnologij>.

5. Гранты для молодых предпринимателей // «Мой бизнес». – URL: <https://мойбизнес.рф/anticrisis/granty-dlya-molodykh-predprinimateley>.

6. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Правовая справочно-информационная система «Гарант». – URL: <https://base.garant.ru/12154854>.

Информация об авторах

Хунгуреева Анастасия Викторовна – студент 2-го курса, международный факультет, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: ankhungureeva@mail.ru.

Шавкунова Ирина Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: ShavkunovaIS@bgu.ru.

Authors

Anastasiia V. Khungureeva – 2nd year student, International Faculty, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: ankhungureeva@mail.ru.

Irina S. Shavkunova – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: ShavkunovaIS@bgu.ru.