

РЕГИОНАЛЬНАЯ НАУЧНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

Интеллектуальный потенциал Сибири

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

Новосибирск, 2023

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

СОВЕТ РЕКТОРОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СИБИРИ

31-я Региональная научная студенческая конференция

г. Новосибирск, 22-26 мая 2023 г.

Часть 2

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

НОВОСИБИРСК
2023

УДК 62(063)
ББК 72(253)я431
И 23

И 23 **Интеллектуальный потенциал Сибири**: 31-я Региональная научная студенческая конференция (г. Новосибирск, 22-26 мая 2023 г.): материалы конференции: в 7 частях / Под. ред. Кравченко Е.А. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2023.

ISBN 978-5-7782-5031-4
Часть 2: Сборник научных трудов. – 408 с.
ISBN 978-5-7782-5033-8

В сборнике опубликованы результаты научных исследований студентов и аспирантов Высших учебных заведений, представленных на 31-й Региональной научной студенческой конференции «Интеллектуальный потенциал Сибири».
Сборник научных трудов представляет интерес для специалистов в различных областях знаний, учащихся, работников системы высшего образования и Российской академии наук, а также руководителей организаций, занимающихся вопросами внедрения актуальных научных разработок.

В частях 1, 2 и 3 сборника опубликованы материалы по направлениям «Современные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук» и «Современные проблемы искусствоведения и культурологии».
В частях 4 и 5 сборника опубликованы материалы по направлениям: «Современные проблемы естественных наук», «Современные проблемы технических наук» и «Современные проблемы медицинских и биологических наук».
В частях 6 и 7 опубликованы статьи, отобранные по результатам работы конференции.

ВУЗЫ-ОРГАНИЗАТОРЫ
Новосибирский государственный технический университет
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств им. А.Д. Крячкова
Новосибирский государственный медицинский университет
Сибирский государственный университет путей сообщения
Новосибирский государственный педагогический университет
Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
Сибирский государственный университет геосистем и технологий
Новосибирский государственный аграрный университет
Сибирский университет потребительской кооперации

УДК 62(063)
ББК 72(253)я431

ISBN 978-5-7782-5033-8 (Ч.2)

© Коллектив авторов, 2023

ISBN 978-5-7782-5031-4

© Совет Ректоров Новосибирской области, 2023

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Финансы и кредит: Корпоративные финансы

Финансы и кредит: Актуальные проблемы
и перспективы развития общественных финансов

Экономическая теория

Комфортная среда и устойчивое территориальное развитие

Социально-этические и правовые вопросы информационных
технологий

Актуальные проблемы и перспективы развития учета, анализа и аудита

Проблемы развития потребительского рынка и сферы услуг

Социология

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

СЕКЦИЯ ФИНАНСЫ И КРЕДИТ: КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСЫ

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ВИДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

М.А. Антропов, С.А. Дудин
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
MikeAntropovBrn@yandex.ru

Изучение инвестиционной привлекательности вида экономической деятельности является важной областью исследований, которая имеет экономическую, объективную и методологическую значимость. Оценка инвестиционной привлекательности имеет решающее значение для инвесторов и предприятий для принятия обоснованных инвестиционных решений и эффективного распределения ресурсов. В работе рассматривается ряд проблем, которые возникают в процессе проведения оценки и возможные варианты решений.
Ключевые слова: инвестиционная привлекательность вида экономической деятельности, понятие инвестиционной привлекательности, критерии инвестиционной привлекательности вида экономической деятельности, проблемы инвестиционной привлекательности вида экономической деятельности.

Исследование экономического содержания понятия, раскрывающего смысл инвестиционной привлекательности, показало, что данная дефиниция не является устоявшейся терминологической конструкцией. Впервые понятие инвестиционной привлекательности появилось в западной практике стратегического планирования в 1970-хгг. Стратегическое планирование, призванное в определенной степени решить проблему выживания компаний, стало использоваться для отбора привлекательных сфер и видов деятельности, чтобы обеспечить конкурентоспособные позиции бизнеса.

В отечественной практике термин был введен относительно недавно, и это отчасти объясняет недостаточную разработанность данной экономической категории. По мере развития воспроизводственного процесса и под воздействием изменений окружающей его среды содержание понятия уточняется и обогащается. Об этом свидетельствует факт существования большого количества определений понятия «инвестиционная привлекательность». Чаще всего в экономических исследованиях приводится определение инвестиционной привлекательности Л. С. Валинуровой и О. Б. Казаковой, под которой понимается «…совокупность объективных признаков, свойств, средств и возможностей, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции…» [1].

Оценка инвестиционной привлекательности того или иного вида экономической деятельности важна для инвесторов и предприятий, поскольку помогает им принимать обоснованные инвестиционные решения и эффективно распределять ресурсы. Высокий рейтинг инвестиционной привлекательности подразумевает, что конкретный вид экономической деятельности обладает низким уровнем риска и высоким потенциалом получения прибыли. Напротив, низкий рейтинг инвестиционной привлекательности указывает на более высокий уровень риска и меньший потенциал получения прибыли.

Инвестиционная привлекательность вида экономической деятельности относится к потенциалу конкретной экономической деятельности по привлечению инвестиций, основанному на ее прибыльности, уровне риска и ликвидности. Концепция многомерна и отражает потенциальные риски и отдачу, связанные с инвестициями. Эта концепция учитывает ряд факторов, таких как: размер и потенциал рынка, финансовые показатели, нормативная среда, человеческий капитал, налоговые и другие финансовые стимулы, доступ к капиталу, технологические достижения, политическая и экономическая стабильность, экологическая и социальная ответственность.

К учету в своих методиках оценки инвестиционной привлекательности данные критерии, в том или ином объеме, принимают такие организации как Всемирный банк, Moody's, Standard & Poor's и Fitch, Министерство экономического развития РФ. А такие ученые как Майкла Э. Портера, Валинурова Л.С., Казакова О.Б., Дамодаран Асват внесли значительный вклад в развитие данной темы исследований.

Инвестору, оценивая эффективность и рисковость вида экономической деятельности, необходимо принимать во внимание сразу же множество факторов, учитывать диапазон вариантов их

сочетаний, а также их совокупное влияние на дальнейший финансовый результат бизнеса в той или иной отрасли. В такой ситуации, ключевым фактором выбора становятся риски упущенной выгоды. Для их минимизации необходим комплексный подход – механизм оценки всех необходимых характеристик отрасли с учётом весового коэффициента каждого из них.

Однако существует ряд проблем, которые возникают при оценке инвестиционной привлекательности того или иного вида экономической деятельности.

Первая проблема - это проблема *субъективности*. Инвестиционная привлекательность часто является субъективным показателем, и на инвестиционные решения могут влиять субъективные факторы, такие как личное мнение инвестора, предубеждения и эмоции, а не объективные критерии. Это может привести к неоптимальным инвестиционным решениям, что приведет к финансовым потерям для инвесторов и упущенным возможностям для бизнеса. Например, инвестор может считать определенную отрасль привлекательной из-за ее высокого потенциала роста, так называемое "заблуждение по горячим следам", которое относится к тенденции инвесторов полагать, что компания или отрасль, которые хорошо зарекомендовали себя в прошлом, будут продолжать демонстрировать хорошие результаты в будущем, независимо от основополагающих факторов. Это может привести к переоценке активов и возможной коррекции рынка. Часто такое может происходить с компаниями, занимающимися добычей, переработкой и продажей сырьевых товаров. В это же время другой инвестор может уделять приоритетное внимание устойчивости отрасли и этическим стандартам. Следовательно, существует необходимость в стандартизированной и объективной системе оценки инвестиционной привлекательности того или иного вида экономической деятельности. Другим примером является влияние социальных и экологических факторов на инвестиционные решения. В то время как социально ответственное инвестирование становится все более популярным, критерии определения того, что представляет собой социально ответственные инвестиции, могут быть субъективными и сильно различаться у разных инвесторов и рейтинговых агентств.

Чтобы преодолеть эту проблему, было предложено несколько показателей. Например, отчет Всемирного банка "Ведение бизнеса" содержит объективную оценку нормативно-правовой базы ведения бизнеса в разных странах, что позволяет инвесторам сравнивать инвестиционную привлекательность разных стран [3, 6]. Аналогичным образом, Индекс глобальной конкурентоспособности, разработанный

Всемирным экономическим форумом, обеспечивает всестороннюю оценку конкурентоспособности стран с учетом таких факторов, как инфраструктура, инновации и институты [9, 15, 16].

Вторая проблема заключается в *отсутствии достоверных данных* для оценки инвестиционной привлекательности того или иного вида экономической деятельности. Эта проблема может возникнуть по различным причинам, таким как неполные или неточные данные, отсутствие стандартизации данных и различия в методах сбора данных в разных странах или регионах. В некоторых случаях доступ к надежной информации, необходимой для оценки, может быть не доступен или может быть труднодоступен. Это может затруднить сравнение различных видов экономической деятельности, принятие обоснованных инвестиционных решений и распределение ресурсов. Например, данные о финансовых показателях компаний в конкретной отрасли могут быть неполными или ненадежными, что затрудняет оценку потенциала прибыльности отрасли.

Для преодоления этой проблемы, исследователи предложили использовать альтернативные источники данных, такие как спутниковые снимки, аналитика социальных сетей и данные датчиков. Эти источники данных могут дать представление об экономической деятельности, которое не отражается в традиционных источниках данных. Например, спутниковые снимки можно использовать для отслеживания роста сельскохозяйственных культур и прогнозирования урожайности, в то время как аналитика социальных сетей может использоваться для оценки общественного отношения к конкретной отрасли [14, 16].

Третья проблема - это проблема *внешних факторов*, влияющих на инвестиционную привлекательность того или иного вида экономической деятельности. Внешние факторы относятся к экономическим и политическим событиям или изменениям, которые находятся вне контроля инвесторов, но они оказывают значительное влияние на инвестиционную привлекательность экономической деятельности. Этими факторами могут быть, среди прочего, стихийные бедствия, изменения в государственной политике, колебания валютных курсов и изменения в глобальных экономических тенденциях. Проблема с внешними факторами заключается в том, что они могут существенно повлиять на инвестиционную привлекательность, и их чрезвычайно трудно точно спрогнозировать. Одним из примеров внешнего фактора является пандемия COVID-19, которая началась в конце 2019 года и оказала глубокое влияние на мировую экономику. Пандемия привела, среди прочих последствий, к закрытию предприятий

и отраслей промышленности, ограничениям на поездки и значительной потере рабочих мест. Это привело к значительному снижению инвестиционной привлекательности многих видов экономической деятельности, особенно в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

Для решения проблемы внешних факторов экономисты предложили различные решения. Одним из предлагаемых решений является создание надежных стратегий управления рисками, которые могут помочь инвесторам смягчить воздействие внешних факторов. Это включает в себя оценку потенциальных рисков и разработку стратегий по снижению их воздействия. Например, диверсификация инвестиционных портфелей по различным отраслям и регионам может помочь снизить риск значительных потерь, если на одну инвестицию повлияют внешние факторы. Другим решением является разработка моделей прогнозирования, которые могут помочь точно прогнозировать внешние факторы. Модели могли бы использовать исторические данные и текущие тенденции для прогнозирования потенциальных изменений и помогать инвесторам принимать обоснованные решения [17].

Четвертая проблема заключается в *специфика вида экономической деятельности*. Некоторые отрасли по своей сути более сложны, включающими множество переменных и факторов, что затрудняет инвесторам понимание динамики отрасли и потенциала для роста. Их трудно оценить из-за сложности отрасли, непонимания технологии или бизнес-модели и высокой неопределенности. Эта сложность может затруднить точную оценку рисков и потенциальной доходности инвестиционной возможности. Данная проблема распространена в таких развивающихся отраслях, как биотехнологии, искусственный интеллект и возобновляемые источники энергии, где основополагающие научные процессы, нормативные акты и технологии постоянно развиваются. Инвесторам может быть трудно их понять.

Чтобы преодолеть эту проблему, инвесторы могут провести обширные исследования и консультации с отраслевыми экспертами, чтобы лучше понять динамику отрасли и потенциал ее роста. Кроме того, инвесторы могут обратиться за консультацией к финансовым консультантам, специализирующимся в данной отрасли, для принятия обоснованных инвестиционных решений.

Одним из примеров сложного вида экономической деятельности является биотехнологическая промышленность, где разработка новых лекарств или методов лечения требует обширных исследований и разработок, клинических испытаний и одобрения регулирующих органов. Успех биотехнологической компании зависит от успеха ее

линейки лекарств или методов лечения, которая крайне неопределенна и зависит от множества факторов, включая научные прорывы, препятствия со стороны регулирующих органов и рыночный спрос.

Другим примером является отрасль возобновляемых источников энергии, где на инвестиционную привлекательность влияют аналогичные факторы, включая государственную политику, технологические достижения и рыночный спрос. Разработка и внедрение технологий использования возобновляемых источников энергии, таких как солнечная и ветроэнергетика, требуют значительных первоначальных инвестиций, которые могут быть рискованными из-за неопределенности в технологиях, изменений в политике и конкуренции со стороны традиционных источников энергии.

Экономисты и исследователи предложили различные решения для учета сложности вида экономической деятельности при оценке инвестиционной привлекательности. Один из подходов заключается в проведении тщательного анализа отрасли и компании, включая технологии, нормативно-правовую среду, рыночный спрос и конкурентную среду. Это требует глубокого понимания отрасли и ее динамики, а также доступа к надежным данным и информации.

Другой подход заключается в диверсификации инвестиций по нескольким видам экономической деятельности и компаниям, чтобы снизить риск инвестирования в одну компанию или отрасль. Такой подход также может помочь снизить сложность вида экономической деятельности за счет инвестирования в устоявшиеся компании с проверенными технологиями и бизнес-моделями [18].

Пятая проблема - *недостаточная прозрачность*. При оценке инвестиционной привлекательности экономической деятельности недостаточная прозрачность связана с отсутствием легкодоступной и достоверной информации об оцениваемой компании или отрасли. Инвесторы могут не иметь доступа к необходимой информации для оценки потенциала отрасли в плане роста и прибыльности, а также затрудняет инвесторам точную оценку рисков, связанных с определенным видом экономической деятельности. Такое отсутствие прозрачности может привести к дезинформации и ошибочным суждениям, что приведет к неправильным инвестиционным решениям.

Для решения данной проблемы регулирующие органы должны повысить прозрачность, внедряя политику, требующую от компаний раскрывать соответствующую информацию инвесторам. Кроме того, инвесторы могут использовать возможности технологий для доступа к альтернативным источникам данных, которые дают представление о деятельности отрасли.

Примерами факторов, которые могут способствовать недостаточной прозрачности, являются ограниченное публичное раскрытие информации компаниями, отсутствие стандартизации требований к отчетности и трудности с получением точных данных о тенденциях и результатах деятельности рынка.

Несколько экономистов и организаций работали над решениями этой проблемы. Один из подходов заключается в содействии большей стандартизации и прозрачности требований к отчетности компаний, например, путем использования международных признанных стандартов бухгалтерского учета. Другой подход заключается в поощрении большего публичного раскрытия информации компаниями, например, посредством введения обязательных требований к отчетности по экологическим, социальным факторам и факторам управления (ESG) [19].

Оценка инвестиционной привлекательности того или иного вида экономической деятельности является сложным и многогранным процессом, требующим глубокого понимания экономических, социальных и политических факторов, влияющих на ее эффективность, а также она требует рассмотрения целого ряда критериев и использования различных методов анализа. Для решения основных проблем, связанных с этим процессом, важно прилагать усилия по большей стандартизации и публичному раскрытию информации от компаний, необходима постоянная бдительность и сотрудничество между заинтересованными сторонами, чтобы гарантировать инвесторам доступ к информации, необходимой им для принятия обоснованных решений. Необходимо разработать более надежные методы сбора и анализа данных, использовать специализированные методы анализа для сложных видов экономической деятельности, требуются надежные стратегии управления рисками. Поступая таким образом, инвесторы могут принимать более обоснованные инвестиционные решения и вносить свой вклад в развитие более процветающей и устойчивой экономики.

Список литературы:

1. Валинурова Л.С., Казакова О.Б. Управление инвестиционной деятельностью: учебник. М.: КНОРУС, 2005.
2. Майкл Портер - Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
3. International Bank for Reconstruction and Development // The World Bank 1818 H Street NW, Washington, DC 20433. Электронный ресурс:

URL: http://hdl.handle.net/10986/32436
2. Портер М. - Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость Майкл Е Портер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.— 715 с.
3. Портер М. - Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. — М.: Международные отношения, 1993. — 896 с.
4. Дамодаран Асват - Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / Асват Дамодаран ; Пер. с англ. — 5-е изд. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. — 1340 с.
5. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: учеб. пособие / Э.И. Крылов, В.М. Власова, М.Г. Егорова и др. М.: Финансы и статистика, 2003
6. International LPI / Logistics Performance Index // World Bank. Электронный ресурс: URL: https://lpi.worldbank.org
7. Индекс глобальной конкурентоспособности / Гуманитарный портал: Исследовния [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2022 (последняя редакция: 23.12.2022). URL: https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index
8. Крескенци, Рикардо и Родригес-Поз, Андрес (2012) Инфраструктура и региональный рост в Европейском союзе. Статьи по региональной науке, 91 (3). Стр. 487-615. ISSN 1056-8190. Электронный ресурс: URL: https://core.ac.uk/download/pdf/8792369.pdf
9. Добрынин А.И. Производительные силы человека: структура и формы проявления / А.И. Добрынин, С.А. Дятлов, В.А. Конов. – Санкт-Петербург : Изд-во СПУЭФ, 1992. – 163 с.
10. Всемирная организации интеллектуальной собственности // "Глобальный инновационный индекс 2021" 14-е издание. Электронный ресурс: URL: https://tind.wipo.int/record/44369
11. Исследование Майкла Портера и Марка Крамера (2006) «Создание общей ценности». Электронный ресурс: URL: https://ep-digest.ru/wp-content/uploads/2015/08/Creating-Shared-Value_HBR-Rus-Final.pdf
12. Е. В. Ярцева – статья «Актуальные проблемы оценки инвестиционной привлекательности видов экономической деятельности». Электронный ресурс: URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18511862
13. С. Дробышевский, А. Радыгин, И. Горшунов, О. Изряднова, А. Ильин, Г. Мальгинов, М. Турунцева, С. Цухло, Е. Шкребела. Инвестиционное поведение российских предприятий / Научные труды ИЭПП. № 65Р. М.: ИЭПП. 2003.
14. Переход к рынку и проблемы изменения экономической культуры :

Препр. докл. : Материалы науч. конф. "Обновление сов. о-ва: пробл. и варианты", проводимой Ин-том экономики АН СССР 11-15 нояб. 1991 г. в г. Пущино / Я. И. Кузьминов. - Б. м. : Б. и., 1991 (М.). - 37 с. : граф.; 20 см.
15. Нуриэль Рубини, Стивен Мим. Как я предсказал кризис. Экстренный курс подготовки к будущим потрясениям - Crisis Economics: A Crash Course in the Future of Finance. — М.: Эксмо, 2011.
16. Андросов К.Г. и Гусниев С.А. – статья: «Основы венчурного инвестирования в биотехнологические компаний». Электронный ресурс: URL: https://www.hse.ru/data/2021/10/13/1465540850/БОВ%2042%202021-168-174.pdf
17. Батаева Б. С. и Вавилина А. В. – статья: «Корпоративная прозрачность, корпоративная социальная ответственность и корпоративное управление». Электронный ресурс: URL: https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-prozrachnost-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-i-korporativnoe-upravlenie/viewer

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИМЕНИМОСТИ ПОДХОДА НА ОСНОВЕ ПОСТРОЕНИЯ ПРОБИТ-РЕГРЕССИИ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКРОТСТВА ДЛЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ ОТРАСЛИ СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

В.П. Артищева, С.А. Дудин
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
vicart00@mail.ru

Выдвинута и доказана гипотеза о применимости нового подхода к прогнозированию банкротства на основе построения пробит-регрессии для компаний сельскохозяйственной отрасли.
Ключевые слова: прогнозирование банкротства, сельскохозяйственная отрасль, пробит-регрессия.

Сельское хозяйство является одной из важнейших отраслей России. Она занимает второе место по объему ВВП, а также значительную долю в экспорте страны, что указывает на большое значение для экономики России. Наблюдая картину увеличения неопределенности и сложности связей между контрагентами, порождается необходимость даже

финансово устойчивым компаниям контролировать свое финансовое положение и анализировать положение компаний, с которыми им приходится взаимодействовать. Построение такой модели, которая бы имела высокую предсказательную силу определения вероятности банкротства могла бы помочь предотвратить серьезные экономические кризисы.

Объектом исследования является прогнозирование банкротства российских экономических субъектов сельскохозяйственной отрасли.

Проверим гипотезу о том, что новый подход к прогнозированию банкротства на основе построенной пробит-регрессии применим для российских компаний сельскохозяйственной отрасли

Для проверки эффективности данного подхода была использована система комплексного раскрытия информации об эмитентах – система СКРИН. С помощью данной системы было сформировано два обучающих множества организаций. В обучающие множества вошли организации сельскохозяйственной отрасли. В первое множество отобрано 30 компаний, по которым на момент 2021 года велась процедура банкротства. Во второе множество – 30 действующих здоровых организаций на момент 2021 года. Для каждой компании были рассчитаны 48 финансовых показателей с помощью программы Excel. Затем с помощью программы STATISTIKA было получено уравнение пробит-регрессии.

Полученное уравнение пробит-регрессии можно считать применимым для прогнозирования банкротства в том случае, если оно показало не менее 80% банкротов среди компаний, начавших процедуру банкротства, а также среди действующих компаний – не менее 80% здоровых.

В результате проведенного исследования было получено уравнение пробит-регрессии, показатели которого представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты расчета уравнения пробит-регрессии

	Независимый член	NI/SAL	E/TA	EBT/CL	NI/SAL	ROA
Оценка	-0,35	5,74	6,45	-1,28	1,02	0,59

В таблице 2 можно увидеть в каком соотношении выполняется условие уравнения пробит-регрессии с заданными параметрами.

Таблица 2 - Соотношение прогнозных значений и реального состояния компаний

Обучающее множество	Банкроты	Здоровые	%
Банкроты	26	4	86,67
Здоровые	6	24	80,00

Из данных таблицы 1 видно, что условие для применимости уравнения пробит-регрессии выполняется. Таким образом, в результате проведенного исследования доказана гипотеза о применимости подхода на основе построения пробит-регрессии для прогнозирования банкротства для российских компаний сельскохозяйственной отрасли.

Список литературы

1. Артищева В.П., Белоглазова Т.А., Савельева М.Ю. Оценка применения моделей прогнозирования банкротства для российских компаний строительной отрасли / Интеллектуальный потенциал Сибири: 28-я Региональная научная студенческая конференция. 2020 - 188-189 с.

2. Васильева, Н. С. Исследование эволюции подходов к прогнозированию банкротства компаний / Н. С. Васильева, М. Ю. Савельева, М. А. Алексеев // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2018. – № 10. – 18-29 с.

3. Единый федеральный реестр юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности [Электронный ресурс] //: https://fedresurs.ru/helps/news

4. Ершова И. В. Банкротство хозяйствующих субъектов. - М.: Проспект, 2021 – 210-221 с.

Система комплексного раскрытия информации об эмитентах [Электронный ресурс] // https://kontragent.skrin.ru/

ФИНАНСОВЫЙ РЫЧАГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЧИСТУЮ ПРИБЫЛЬ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ

А.С. Боженарь, Э.С. Жар, Л.К. Талала, И.Н. Доме
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
ms.bozhenar@mail.ru

В работе удалось провести анализ влияния коэффициента финансового рычага на чистую прибыль российских нефтяных компаний с разными оборотами и итоговыми финансовыми результатами. За основу была взята бухгалтерская отчетность организаций за 2021-2022 годы, с помощью которой были посчитаны показатели финансовой зависимости и структура капитала.

Ключевые слова: финансовый рычаг, чистая прибыль, заемный капитал, собственный капитала.

Актуальность темы состоит в том, что финансовый рычаг дает возможность повлиять на прибыль организации с помощью изменения структуры и объема долгосрочных пассивов. Именно финансовый рычаг характеризует эффективность использования компанией заемного капитала, что влияет на рентабельность собственного капитала. Финансовый рычаг важно рассматривать как инструмент, с помощью которого можно положительно влиять на финансовые результаты предприятия при оптимальной структуре капитала и уровне затрат на его формирование.

Применение финансового рычага характеризуется привлечением заемных средств для финансирования деятельности организации на наиболее выгодных условиях. Это расширяет финансовые возможности развития соответствующего предприятия, иногда позволяет снизить затраты на аккумуляцию необходимых ресурсов, соответственно, увеличить сумму прибыли и рентабельность производства.

Цель нашего исследования состоит в том, чтобы проанализировать, как финансовый рычаг влияет на чистую прибыль нефтяных компаний России. Для достижения цели следует проследить взаимосвязь между показателями заемного и собственного капитала в динамике, которая позволит сделать вывод о наиболее рациональной структуре капитала для каждой отдельной организации.

Финансовый рычаг – это отношение заемного капитала компании к собственному. Финансовый леверидж применяется предпринимателями в том случае, когда возникает цель увеличить

доход предприятия, ведь именно он считается одним из основных механизмов управления доходностью предприятия. Привлекая заемные средства, компания увеличивает финансовые риски, так как в независимости от того, принесли ли вложенные средства чистую прибыль или нет, компании в любом случае придется платить по долговым обязательствам.

Перейдем к рассмотрению нефтяных компаний России и анализу показателей финансовой зависимости. Результаты сведем в таблице 1.

Таблица 1 — Финансовый рычаг и финансовые результаты нефтяных компаний России

Компания	Финансовый рычаг		Коэффициент автономии		Финансовый результат, тыс.руб.	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
ПАО НК «РуссНефть»	2,066762325	2,044814606	0,326076785	0,328427221	8 407 525,00	19 444 216,00
ПАО «Газпром»	0,436327823	0,448373686	0,696219891	0,690429555	747 246 272,00	2 684 456 626,00
ПАО «ЛУКОЙЛ»	0,80550113	1,050547208	0,553862849	0,487674703	790 120 077,00	635 708 387,00
ПАО «Татнефть»	0,352452938	0,403089537	0,739397262	0,712712891	241 863 402,00	142 659 528,00

Анализируя показатель финансового рычага компании «РуссНефть», можно заметить, что коэффициент намного превышает норму (0,6-0,7). Это может говорить о том, что большую часть капитала

организации составляет заемный капитал. Заемные средства составляют 67,4% от всех пассивов. Что касается влияния финансового левериджа на чистую прибыль, то по расчетам видно, что несмотря на уменьшение чистой прибыли за год более, чем в два раза, показатель финансовой зависимости почти не изменился.

Результаты ПАО «Газпром» также немного ниже нормы. Это говорит о том, что компания упускает возможность повысить эффективность за счет привлечения заемных средств. Об этом и говорит структура капитала компании, в которой преобладают собственные средства, а именно 69,6% от баланса организации.

Данные по компании «ЛУКОЙЛ» свидетельствуют, что с уменьшением заемного капитала к 2022 году увеличилась прибыль компании. Это может говорить о том, что в прошлый год большая часть операционной прибыли уходила на оплату процентов по кредитам.

ПАО «Татнефть» не очень активно привлекает заемный капитал, отдавая предпочтения собственным средствам (их доля 74%). Также заметно, что с уменьшением заемных средств на 2,7% увеличилась и чистая прибыль почти на 100 000 000 тыс. рублей. Значит, сокращение заемного капитала позитивно повлияло на возможности компании увеличить свою чистую прибыль.

По результатам исследования подтвердилась гипотеза о влиянии финансового рычага и структуры капитала на финансовые результаты нефтяных компаний. Дальнейшее исследование предполагает расчет эффекта финансового рычага по европейскому подходу и оценку этого эффекта.

Список литературы

1. Майорова Д.А.Финансовый рычаг как один из главных инструментов управления деятельности организации. История появления концепций.-[Электронный ресурс] URL: https://cyberleninka.ru/article/n/finansovyy-rychag-kak-odin-iz-glavnyh-instrumentov-upravleniya-deyatelnosti-organizatsii-istoriya-poyavleniya-kontseptsiy/viewer

2. Афанасьева А.Н. Анализ эффективности использования собственного и заемного капитала. Расширенная модель «Дюппон», журнал «Управление экономическими системами: электроннный научный журнал», Выпуск N° 44 (8) / 2012

3. Отчетность нефтяных компаний за 2021-2022 гг. -[Электронный ресурс] URL: https://skrin.ru

К ВОПРОСУ О ФИНАНСОВОЙ БЛАГОНАДЕЖНОСТИ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ОТРАСЛИ ЦВЕТНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ)

Е.О. Дорофеев, О.А. Линд, Л.М. Рерих
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
rl_nsk@ngs.ru

В данной работе дана оценка финансовой благонадежности компаний цветной металлургии на основе сравнительного анализа и применении алгоритма расчета индикатора финансовой устойчивости, позволяющего оценить перспективы инвестиционной привлекательности компании.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; эффективное инвестирование; финансовая благонадежность; индикатор финансовой устойчивости; благонадежные компании.

Осознанное принятие инвестиционных решений подразумевает принятие на себя определенных рисков, что отражается в разработанных стратегиях субъектов экономики. С этим связан спрос на выявление уровня благонадежности компаний для инвестирования, а также на повышение экономической стабильности и безопасности со стороны компаний. Можно сказать, что наметилась некая тенденция среди инвесторов в последние годы – выбор перспективных компаний с точки зрения финансовой или экономической устойчивости, то есть на основе оценки перспектив финансово-хозяйственной деятельности организаций, требующей проведение углубленного финансового анализа и грамотной интерпретации его результатов [3,6].

Многие годы Россия занимает лидирующие места в рейтинге по добыче металлических руд и деятельности предприятий цветной металлургии. На цветную металлургию, как часть минерально-сырьевого сектора, приходится более 2% ВВП страны.[1]. Тем самым вложения в данную отрасль, на фоне роста цен на цветные и драгоценные металлы, является стабильной и надежной формой хранения капитала

Главными потребителями инноваций становятся развивающиеся бизнес-структуры в данной области, поэтому для осмысления возможностей роста и всестороннего анализа конкурентоспособности предприятия необходимо проводить оценку финансовой устойчивости. Данные действия помогут предпринимателям понимать положение конкурентов (и свое в том числе) на рынке, а государственным органам

результативно использовать бюджетные ресурсы, но для этого следует определить сами факторы и степень их влияния на функционирование металлургических компаний.

Мы определили, что при размещении предприятий данной отрасли учитываются три основных фактора: энергетический, сырьевой и экологический. Основные факторы, влияющие на функционирование компаний: материалоемкость продукции, энергоемкость, сильную зависимость смежных отраслей и наличие специфичного цикла отрасли: “Наука-Инновации-Производство”.

Немаловажными составляющими достаточного уровня информационного представления о компании, а равно и большой привлекательности для инвесторов является высокое положение уровня финансовой устойчивости. Оно, в свою очередь, также говорит о грамотном принятии управленческих решений, связанных с сбалансированным размещением активов и пассивов, гарантируя платежеспособность данной компании. На рисунке 1 в схематичном виде приведены критерии оценки финансовой устойчивости, компании.



Рисунок 1 - Критерии оценки финансовой эффективности компании

В пределах этого исследования, с целью анализа и оценки уровня финансовой устойчивости металлургических компаний была применена методика И.С. Иванникова, которая базируется на математическом вычислении показателя, отражающего сбалансированность структуры активов и пассивов организации. Более детально, работу данного алгоритма можно проследить в схематичном виде на рисунке 2 [4]. Проранжировав активы по степени ликвидности (1 этап) и пассивы по срокам их погашения (2), при помощи вычисления разницы между этими группами (3), расчета суммы нарастающим итогом (4) и итоговой суммы (5), определяем величину среднего

покрытия (6) и, в итоге, получаем индикатор финансовой устойчивости в процентном представлении (7 этап).

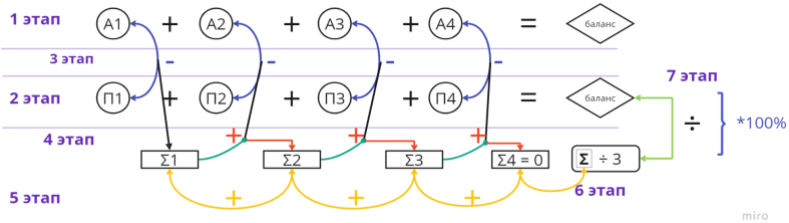


Рисунок 2 – Схема расчета уровня финансовой устойчивости компании

На данный момент в России действуют несколько крупнейших концернов по производству продукции из цветных металлов и их переработке: объединённая компания «РУСАЛ», ПАО «Корпорация ВСМПО-АВИСМА», ОАО «Уральская горно-металлургическая компания» (ОАО «УГМК»), ПАО ГМК “НОРНИКЕЛЬ”, ОАО «Новосибирский оловянный комбинат».

Мы рассмотрели данные предприятиям подробнее и с помощью методики Иванникова определили уровень финансовой устойчивости компаний (Таблица 1)

Таблица 1 - Индикаторы фин. устойчивости для организаций отрасли цветной металлургии

Год	РУСАЛ	НОРНИКЕЛЬ	НОК	УГМК	ВСМПО-АВИСМА
2019	-24,08%	97,99%	-10,89%	-21,10%	-0,22%
2020	-19,86%	97,33%	-17,70%	-25,11%	15,14%
2021	-7,10%	95,26%	-18,71%	-19,10%	2,34%

Выводы: На основе проведенных расчетов (Таблица 1) можем диагностировать хороший уровень финансовой устойчивости компаний, а также положительную динамику в наращивании активов и пассивов в условиях ограничений рынка. Финансовые отчетности ПАО «ГМК» «Норильский никель» можно рассматривать в качестве идеального примера. Можем сказать, что грамотная оценка устойчивости организаций позволяет повышать не только уровень

экономической безопасности, но и привлекать дополнительные инвестиции, тем самым развивать экономическую, социальную и другие сферы.

Список литературы

1. Агалакова А.В., Алиева А.В.К Современное состояние и особенности деятельности предприятий цветной металлургии // Наука и образование сегодня. 2017. №6 (17). URL:https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-osobennosti-deyatelnosti-predpriyatiy-tsvetnoy-metallurgii (дата обращения: 15.04.2023).
2. Аликанкин А.С. Влияние особенностей металлургического производства на организацию систем взаимодействия предпринимательских структур // Вестник ТГУ. 2011. №7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-osobennostey-metallurgicheskogo-proizvodstva-na-organizatsiyu-sistem-vzaimodeystviya-predprinimatelskih-struktur (дата обращения: 19.04.2023).
3. Дорофеев Е. О., Линд О.А., Попов В.Е. Использование алгоритма выявления финансово благонадежных организаций для оценки экономической стабильности (на примере предприятий дорожного строительства) // Наука. Технологии. Инновации: Сборник научных трудов XVI Всероссийской научной конференции молодых ученых. В 11-ти частях, Новосибирск, 05–08 декабря 2022 года / Под редакцией А.С. Казьминой. Том Часть 7. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2022. – С. 462-466.
4. Иванников И.С. Универсальный показатель финансового состояния организации / И.С. Иванников // Экономика и предпринимательство. – 2015. –No 9–2. – С. 1154–1159.

РАЗРАБОТКА АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Н. И. Ицкина, Ю.В. Немцева
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ "НИНХ"(НГУЭУ)
scorpionchik18@mail.ru

Условия кризиса для каждой организации исключительны, причины и последствия кризиса различны, совокупность характеристик

индивидуальны. Любой кризис непосредственно влияет на финансовуюустойчивость предприятия. В тезисах затронута тема методических аспектов разработки антикризисной стратегии. Приведены этапы разработки антикризисной стратегии. Усовершенствован процесс разработки антикризисной стратегии путем добавления этапа анализа продуктового портфеля.
Ключевые слова: кризис, антикризисная стратегия, этапы разработки антикризисной стратегии,BSC, бенчмаркинг

Общеизвестно, процесс разработки антикризисной стратегии развития организации включает в себя ряд этапов с применением соответствующего инструментария для анализа (таблица 1).

Таблица 1 – Этапы разработки антикризисной стратегии

Этапы разработки антикризисной стратегии	Применяемые методы
Диагностика внешних факторов, влияющих на деятельность предприятия	SWOT-анализ PEST-анализ
Комплексный анализ внутренней среды организации	SWOT-анализ SNW-анализ ПРиМ-анализ
Пересмотр миссии и системы целей организации	GAP-анализ
Анализ имеющихся антикризисных стратегий и выборальтернативного варианта	Методы планирования и прогнозирования
Реализация и оценка антикризисной стратегии	Концепции Balanced Scorecards(BSC), Key Performance Indicator (KPI), Бенчмаркинг, горизонтальный и вертикальный анализ

По итогам Pest-анализа на первом этапе разработки антикризисной стратегии оценивается внешняя среда функционирования бизнеса, выявляются факторы, позитивно и негативно влияющие на развитие отрасли, к которой принадлежит данная организация.

Следующий этап разработки антикризисной стратегии связан с осуществлением совокупного анализа внутренней среды компании с применением соответствующих инструментов, наиболее распространенными из которых следует считать SWOT-анализ, SNW-анализ, ПРиМ-анализ.

SNW-анализ является важным методом для анализа внутренней среды, суть которого состоит в выявлении сильных, нейтральных и слабых сторон деятельности организации, относящихся к факторам внутренней среды [1]. Основная цель данного анализа – перевести слабые и нейтральные стороны внутренней среды компании в сильные. ПРиМ-анализ целесообразно проводить по двум направлениям: эффективности трансформации основных видов ресурсов организации в готовую продукцию и уровню менеджмента в организации [2].

Третий этап разработки антикризисной стратегии связан с корректировкой миссии и системы целей организации. С помощью GAP-анализа можно оценить «разрыв» между действительностью и запланированными (желаемыми) результатами, и разработать разумные цели для заполнения пробела.

На этапе анализа существующих антикризисных стратегий используются методы планирования и прогнозирования. Очевидно, большинство принимаемых стратегических решений (связанных с разработкой стратегии) относятся к событиям будущего. Прогнозирование необходимо для успешного планирования бизнеса. При прогнозировании используются накопленный опыт и текущие прогнозы относительно развития событий будущего. Количественные методы прогнозирования базируются на численных, математических процедурах и формулах, а качественные на использовании имеющихся опыта, знаний и интуиции исследователей.

Существует более 220 методов прогнозирования для анализа существующих антикризисных стратегий, но в практике используют около 15–30 методов. Одним из распространенных качественных методов прогнозирования развития компаний выделяется метод экспертных оценок (коллективные и индивидуальные). Основой такого прогноза служит мнение одного или группы специалистов, исходящее из профессионального, практического и научного опыта [3].

На последнем этапе реализации и оценки антикризисной стратегии используют следующие методы: концепции BSC, KPI, бенчмаркинг, горизонтальный и вертикальный анализ.

Сбалансированная система показателей (BSC) —это методика, которая начинается с определения небольшого числа финансовых и нефинансовых целей, связанных со стратегическим управлением. Это

способ измерения эффективности работы всей организации для отслеживания прогресса и постановки соответствующих целей. Это также очень эффективный инструмент для согласования действий членов команды. Следовательно, такой подход заставляет организации задуматься о том, как они могут измерить цели [6].

KPI являются, по сути, измерителями достижимости целей, а также характеристиками эффективности бизнес-процессов и работы каждого отдельного сотрудника. Ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicator) — количественные показатели, которые использует компания, для отслеживания результатов деятельности сотрудников, а также контроля реализации стратегии [4].

Бенчмаркинг представляет собой эталонное сравнение, оценку бизнес-процессов предприятия и их сопоставление с бизнес-процессами предприятий, являющимися лидерами в своей области, с целью получения информации, которая необходима для совершенствования собственной деятельности. С помощью бенчмаркинга проводится сбор информации, изучения, сравнения и внедрения передовых методов ведения бизнеса для повышения эффективности управления собственным предприятием [5].

Проанализировав этапы разработки антикризисной стратегии, в рамках работы добавим еще один этап – анализ продуктового портфеля (рисунок 1), поскольку важной частью успешности компании является ассортиментная политика предприятия. Разработка ассортиментной политики является стратегической задачей. Распространенными методами для анализа продуктового портфеля являются ABC-анализ, матричная оценка с помощью матрицы БКГ (BCG Matrix) и матрица «Привлекательность отрасли – конкурентная позиция». Анализ продуктового портфеля дает детальное представление о перспективах роста компании, факторах, определяющих маржу прибыли, лидерстве на рынке и операционном риске.

Каждой компании один-два раза в год следует анализировать свой продуктовый портфель, тем самым можно предвидеть кризисные моменты, и не доводить до плачевных итогов.

В заключении отметим, на какой бы стадии кризиса не находилось предприятие, в любой момент можно разработать антикризисную программу, которая позволит реализовать выработанную стратегию антикризисного управления и улучшить существующее положение в организации. Также делаем вывод, что все этапы разработки антикризисной стратегии очень важны и охватывают большой объем информации. Разработка успешной стратегии развития предприятия должна являться непрерывным процессом, а не разовым событием.

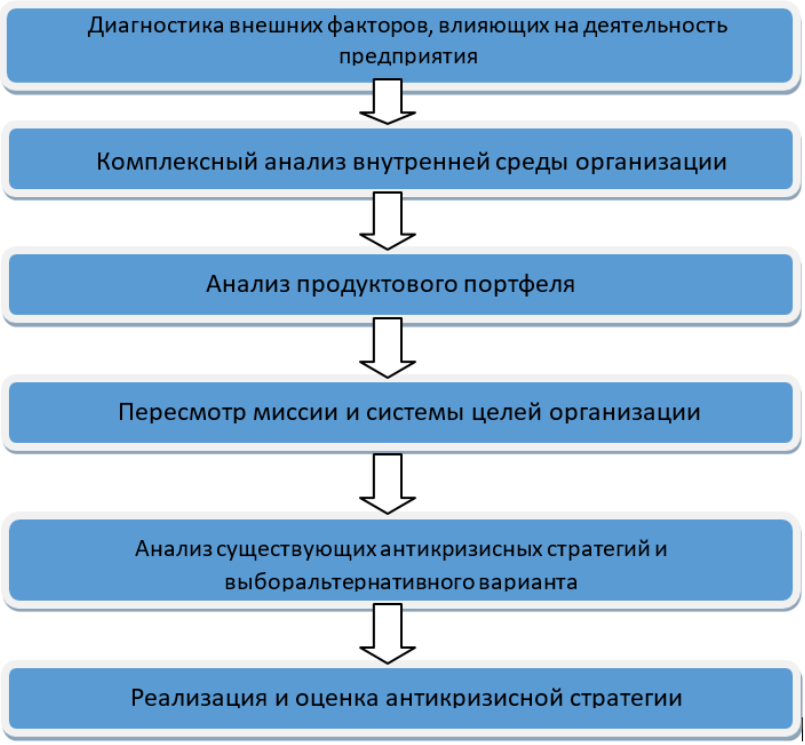


Рисунок 1 – Этапы разработки антикризисной стратегии торговой организации

Также автор считает необходимым включить в процесс разработки антикризисной стратегии анализ продуктового портфеля. При плохо подобранном продуктовом портфеле происходит снижение уровня прибыли, и, как следствие, снижение экономической устойчивости компании. При сбалансированном ассортиментном портфеле компания управляет долей маржинального продукта, и соответственно долей чистой прибыли в выручке компании.

Список литературы

1. Бронникова Е. М. Методика SNW-анализа как компонент SWOT-анализа деятельности организации / Е. М. Бронникова, С. С. Дымова // Бизнес и дизайн ревю. – 2020. – №2(18). – С. 2. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42833347 (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: Научная электронная библиотека

eLIBRARY.RU.
2. uchlib.ru Теоретические основы разработки стратегии организации [Электронный ресурс] URL: http://www.uhlib.ru/delovaja_literatura/strategicheskii_menedzhment_uchebnoe_posobie/p3.php#metkadoc9 (датаобращения: 08.05.2023).
3. Киракосов, Т. К. Использование методов прогнозирования в выборе стратегических приоритетов развития компаний / Т. К. Киракосов, В. А. Балукова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 14 (304). — С. 253-260. — URL: https://moluch.ru/archive/304/68565/ (дата обращения: 05.05.2023).
4. Никонова, Ю. С. Система KPI как инструмент управления эффективностью компании / Ю. С. Никонова. — Текст : непосредственный // Вопросы экономики и управления. — 2019. — № 3 (19). — С. 18-
23. — URL: https://moluch.ru/th/5/archive/126/4148/ (дата обращения: 05.05.2023).
5. Милинчук Е. С. Бенчмаркинг как инновационный способ управления бизнесом (на примере предприятия машиностроения) // Актуальные проблемы экономики и управления на предприятиях машиностроения, нефтяной и газовой промышленности в условиях инновационно-ориентированнойэкономики. – 2014. – №1. - С. 247 – 253. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22976214 (дата обращения: 03.03.2023). – Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.
6. Heartpace Balanced Scorecard in 2020: Advantages and Disadvantages [Электронный ресурс] URL: https://heartpace.com/blog/post/balanced-scorecard-in-2020-advantages-and-disadvantages/ (дата обращения: 05.05.2023).

МЕТОДИКА УПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРОЙ КАПИТАЛА

Д.А. Коровякова, И.В. Баранова
Новосибирский государственный технический университет
dariyakora@mail.ru

В статье рассмотрена актуальность и цель управления структурой капитала. Приведены результаты оценки эффективности использования капитала в ОАО «РЖД» даны рекомендации по повышению эффективности управления капиталом предприятия.

Ключевые слова: капитал, структура капитала, управление, оценка.

Поскольку российская экономика претерпевает ряд существенных изменений в условиях санкций, то на предприятия ложится большая нагрузка и ответственность по стабилизации и развитию их деятельности. В такой ситуации менеджмент должен оценивать все возможные варианты для сохранения предприятия и его дальнейшего функционирования.

Объектом исследования в данной работе выступает капитал компании и методы его управления. Целью управления капиталом компании являются удовлетворение потребностей в приобретении необходимых активов и оптимизация структуры капитала для минимизации его стоимости и максимизации стоимости компании при допустимом уровне риска [4].

Критериями принятия решений о структуре капитала обычно считаются следующие:

– максимизация богатства владельца;
– максимизация стоимости предприятия;
– средневзвешенная стоимость капитала компании является самой низкой.

Оценивая управление структурой капитала компании рассчитывают показатели финансовой устойчивости и интенсивности использования капитала, показатели эффективности использования капитала, а именно:

– средневзвешенную стоимость заемного капитала;
– экономическую рентабельности активов;
– плечо финансового рычага; финансовую рентабельность;
– эффект финансового левериджа [1, 3].

Оценка эффективности использования капитала в рамках данного исследования проведена на примере ОАО «РЖД» (Таблица 1).

Таблица 1– Оценка эффективности использования капитала ОАО «РЖД» за 2019 – 2021 гг.

Коэффициенты	2019	2020	2021	Абсолютное изменение 2021 к 2019
Экономическая рентабельности активов	1,523	0,064	0,384	-1,139
Плечо финансового рычага	0,309	0,331	0,325	0,016

Продолжение Таблицы 1

Коэффициенты	2019	2020	2021	Абсолютное изменение 2021 к 2019
Финансовая рентабельность	1,207	0,006	0,413	-0,794
Средневзвешенная стоимость заемного капитала	6,304	5,660	4,544	-1,760
Эффект финансового левериджа	-1,183	-1,483	-1,083	0,100
Финансовой устойчивости	0,849	0,827	0,829	-0,020
Интенсивности использования собственного капитала	0,417	0,399	0,415	-0,003
Интенсивности использования заемного капитала	1,350	1,205	1,274	-0,076

Исходя из данных таблицы 1, можно сказать, что:

Экономическая рентабельности активов снижается на протяжении всего периода исследования, поскольку снизилась прибыль ОАО «РЖД» вследствие 2020 пандемийного года и 2021 года, который только устранял последствия ковида.

Плечо финансового рычага выросло, поскольку ОАО «РЖД» нарастило заемный капитал вследствие недополучения доходов от основной деятельности, а также увеличился собственный капитал за счет резервного и добавочного капитала.

Финансовая рентабельность ОАО «РЖД» значительно снизилась в 2020 году, однако в 2021 году произошел ее рост, поскольку компания обеспечила прирост собственного капитала за счет увеличения добавочного капитала, а конкретно, за счет вкладов собственников и эмиссионного дохода.

Средневзвешенная стоимость заемного капитала снижалась на протяжении всего периода, поскольку ОАО «РЖД» в 2020 году уменьшило привлечение краткосрочных заемных средств, так как внешний кризис приостановил ее деятельность.

Эффект финансового левериджа имеет отрицательное значение на протяжении всего рассматриваемого периода. Это свидетельствует о том, что рентабельность активов ОАО «РЖД» меньше, чем процентная

ставка по обязательствам.

Коэффициент финансовой устойчивости вопреки всему вышесказанному имеет относительно устойчивое значение на протяжении анализируемого периода, в общей величине финансовых ресурсов ОАО «РЖД» около 83 % составляет постоянный капитал.

Коэффициент интенсивности использования собственного капитала также остается стабильным, что говорит об интенсивности осуществления предпринимательской деятельности ОАО «РЖД».

Коэффициент интенсивности использования заемного капитала так же относительно устойчив, что говорит о том, что ОАО «РЖД» активно привлекает заемный капитал для финансирования текущей деятельности.

Эффективность управления структурой капитала ОАО «РЖД» можно оценить как высокую. При этом можно предложить следующие мероприятия по ее повышению:

- Снижение средневзвешенной стоимости заемного капитала за счет снижения привлечения дорогостоящих займов под высокие проценты, поскольку в 2021 году проценты по кредитам выросли по сравнению с 2020 годом.
- Чтобы у ОАО «РЖД» были высокие показатели рентабельности, требуется привлекать лизинг. Поскольку закрыты границы, у компании есть много основных средств, таких как вагоны, оборудование и т.д., которые, сейчас простаивают. Нужно привлечь лизинговые операции с неработающими активами, чтобы увеличить прибыль компании.
- Использовать факторинг в сделках погрузки тяжелых промышленных товаров, поскольку в договорах, в основном они оплачиваются после отгрузки. Для ОАО «РЖД» было бы хорошо использовать предоплату.

Результаты данного исследования могут быть использованы при принятии решений о повышении эффективности управления капиталом предприятий.

Список литературы

1. Куприянова Л. М. Финансовый анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.М. Куприянова. Москва: ИНФРА-М, 2021. 157 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1655068 (дата обращения: 20.02.2023).

2. Литовченко В. П. Финансовый анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. П. Литовченко. 2-е изд. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. 214 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1449825 (дата обращения:

01.03.2023).
3. Макарова В. А. Управление стоимостью промышленных предприятий [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Макарова, А.А. Крылов. Москва: ИНФРА-М, 2022. 188 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1844323 (дата обращения: 20.02.2023).
4. Минина Ю. И. Экономический анализ [Электронный ресурс]: практикум для СПО / Ю. И. Минина. Саратов: Профобразование, 2022. 190 с. — URL: https://www.iprbookshop.ru/116319.html (дата обращения: 20.02.2023).
Райзберг Б. А. Курс экономики [Электронный ресурс]: учебник / Б.А. Райзберг, Е.Б. Стародубцева; под ред. Б.А. Райзберга. 5-е изд., испр. Москва: ИНФРА-М, 2022. 686 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1735645 (дата обращения: 20.02.2023).

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В КОМПАНИЯХ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ ДОБЫЧЕЙ ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ

К.В. Климов, С.А. Дудин
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
xasind2010@mail.ru

Ключевая задача оценки качества финансовой отчетности – представление информации для ее потребителей. Достоверность данных играет ключевую роль для оценки ее качества. Такую характеристику можно объяснить наиболее полным удовлетворением потребностей субъектов. Качество бухгалтерской информации аналогично качеству продукции, труда и менеджменту. В тезисах описаны подходы к оценке качества финансовой отчетности и вероятности ее искажения.
Ключевые слова: качество финансовой отчётности, методы оценки качества финансовой отчётности, бухгалтерская информация, отчёт о движении денежных средств

Проведенное исследование качества отчетности о движении денежных средств в российских компаниях выявило, что институт

аудиторов значительно снизил свой статус доверенного лица общества, прекратив выполнять предписанные ему функции в полном объеме.

Анализ исторического опыта показывает, что в недавнем прошлом пользователи финансовой отчетности, в том числе и финансовые аналитики, полностью доверяли аудиторским заключениям и использовали аудированную отчетность для принятия решений, не требуя отдельных достоверности информации.

Деятельность российских аудиторов в целом соответствует тенденциям общемирового рынка. Однако при рассмотрении российского аудиторского рынка можно обнаружить, что наряду с крупными независимыми аудиторскими компаниями, существует множество малых организаций, качество работ которых вызывает сомнения. Бухгалтерские формы отчетности являются основой получения достоверных представлений об организациях, данные которых необходимо проверять на качество их составления.

Активное развитие общества и прогресс инновационных технологий привели к тому, что информация стала играть более значимую роль в жизни людей. Потребность в непрерывном информировании и использовании быстрых технологий доставки информации привела к появлению такого термина, как информационное пространство. В настоящее время, своевременная и достоверная информация является необходимым условием для существования финансовых рынков. Важными характеристиками информации являются ее достоверность в соответствии с реальными фактами, качество, доступность и объективность.

Каждый участник финансового рынка беспокоится о достоверности полученной им информации. Бухгалтерская отчетность способствует получению информации о финансовом положении компании и тем самым позволяет прогнозировать ее результаты деятельности и развития. Тем не менее, правильно оформленная отчетность может не гарантировать ее правильность со стороны экономического аспекта. Это может быть вызвано несовершенством действующих стандартов бухгалтерского учета, а также недобросовестными действиями заинтересованных лиц, которые намеренно вносящих ложные данные в правильно оформленные отчётности.

Изменяя данные в отчетностях, владельцы организаций стремятся преследовать собственные выгоды. В России – это чаще всего уменьшение финансовых результатов и увеличение пассивов для избежания ответственности перед налоговыми органами. Такие действия приводят к искажению реальной ситуации в компании и неверной оценке ее результатов, что может стать причиной

неправильных выводов и принятия неверных и убыточных управленческих решений. [2]

Существуют множество различных форм бухгалтерской отчётности, однако наибольший интерес для заинтересованных сторон представляет форма №4 - отчет о движении денежных средств (ОДДС).

При оценке качества финансовой отчетности в российских организациях, связанных с добычей полезных ископаемых, следует сформировать из них выборку, использовав такие их отчетные данные, как:

- Баланс на отчетный период за рассматриваемый год и прошлые годы
- Сальдо денежных потоков за отчетный период
- Влияние изменений по отношению к рублю курса иностранной валюты
- Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций
- Сальдо денежных потоков от текущих операций
- Заемные средства (На отчетную дату отчетного периода)
- Денежные средства и денежные эквиваленты (На отчетную дату отчетного периода)
- Чистая прибыль (убыток)

После проведения анализа на основе полученных данных, следует использовать программную среду STATISTICA. После ввода плотностей распределения исходных данных, задаваемой серединами интервалов и эмпирическими частотами, необходимо использовать EM-алгоритм для разделения выборки на кластеры. Из графика распределений (Рисунок 2) можно заметить, что отчетность может быть искажена как в сторону занижения, так и в сторону завышения.

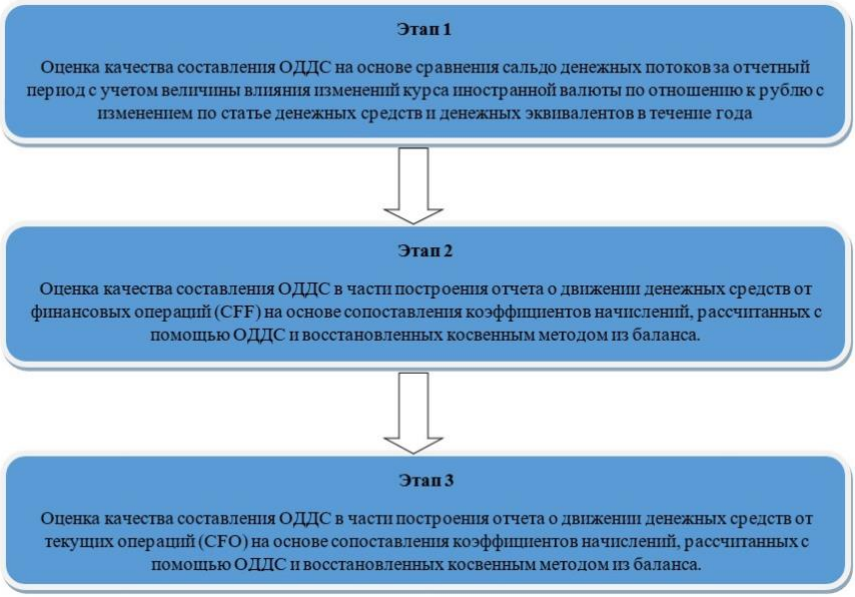


Рисунок 1 – Методика оценки качества составления отчета о движении денежных средств

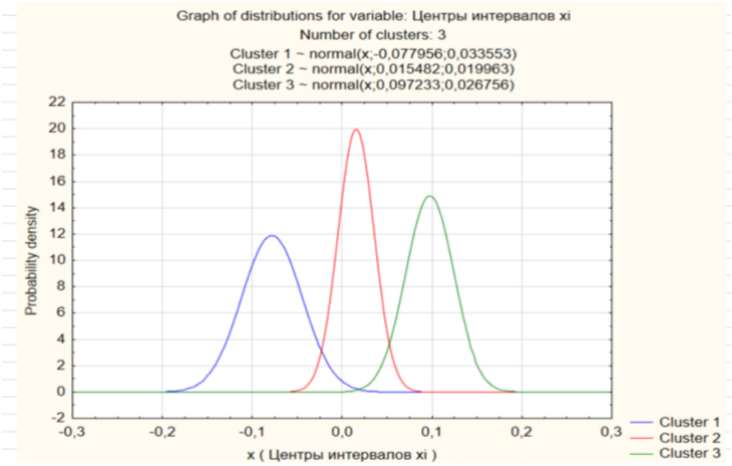


Рисунок 2 – График распределений

Подводя итог, можно отметить, что необходимость модернизации информационно-аналитических систем обусловлена высоким процентом организаций с погрешностью в своих ОДДС, превышающих 5%.

При оценке достоверности финансовой отчетности, первоначальные процедуры должны включать анализ факторов риска манипулирования отчетностью и анализ показателей, указывающих на подобные действия. Для решения таких задач можно решать с помощью специальных методик, таких как M-score, F-score, которые, при адаптации следует применять в российской практике.

Актуальность этой задачи связана с тем, что отчет о движении денежных средств должен стать важным инструментом для оценки эффективности деятельности компании в России для всех групп заинтересованных сторон.

Список литературы:

1. Алексеев М.А. Опыты оценки отчетности российских предприятий с помощью индекса манипулирования // 2016. С. 3-12
2. Савельева М.Ю., Бородина Ю.Б., Кухта А.О. Исследование возможности применения экспресс-анализа финансовых показателей при выявлении признаков манипулирования финансовой отчетностью российских компаний // Экономика и предпринимательство. 2016. №11-1 (76-1). С. 529-532
3. Дудин С.А. Оценка качества финансовой отчетности на примере компаний, осуществляющих деятельность в области информации и связи // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации, 2017
4. Слайковский С. А.Коэффициент начисления (по денежным потокам) – AccrualsratioCF – как инструмент по выявлению манипуляций показателя прибыли для российских компаний // Концепции фундаментальных и прикладных научных исследований: сборник статей Международной научно-практической конференции.
5. Дудин С.А., Савельева М.Ю., Максименко И.Н. Построение интегрального показателя оценки вероятности искажения финансового результата в бухгалтерской отчетности компаний в сторону его завышения // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – Т. 17, № 6. – С. 1161 – 1177

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ БАНКРОТСТВА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

А. В. Мазных, Н.С. Васильева
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

В статье рассматривается применимость моделей оценки вероятности банкротства для отрасли оптовой торговли в разрезе организаций в форме обществ с ограниченной ответственностью по Сибирскому федеральному округу. Для анализа моделей были созданы два обучающих множества, в которые вошли организации, начавшие процедуру банкротства с 2019 по 2021 годы и организации, с максимальной выручкой в аналогичный период

Ключевые слова: банкротство, прогнозирование банкротства, модели оценки вероятности банкротства, оптовая торговля, Сибирский федеральный округ

Оптовая торговля занимает важнейшее место в системе экономических связей между регионами страны, отраслями экономики, изготовителями товаров и организациями розничной торговли. Однако с 2010 года по 2020 год в сфере оптовой торговли благоприятная экономическая ситуация наблюдалась в 14% организаций от числа обследованных организаций, удовлетворительная экономическая ситуация – в 76% организаций, неблагоприятная экономическая ситуация – в 10% организаций [1]. В 2020 году по сравнению с 2019 году в оптовой торговле удельный вес убыточных организаций в общем числе организаций увеличился на 1 п.п., рентабельность проданных товаров, продукции снизилась на 1,9 п.п., рентабельность активов снизилась на 5,7 п.п., коэффициент автономии снизился на 2.1 п.п. [1]. Следовательно, важно оценивать вероятность банкротства организаций, что обуславливает актуальность настоящего исследования.

Объект исследования: банкротство российских компаний в сфере оптовой торговли.

Задача определения и предотвращения угрозы банкротства разрешима с применением различных моделей прогнозирования банкротства – модели Э. Альтмана, Р. Таффлера и Г.Тишоу, Г.В. Савицкой, О.П. Зайцевой и других исследователей. Однако существует вероятность утери их предсказательной способности и применимости ко всем без исключения отраслям.

Выдвижение гипотезы: отечественные и зарубежные модели оценки

вероятности банкротства являются применимыми для отрасли оптовой торговли в разрезе организаций в форме обществ с ограниченной ответственностью по Сибирскому федеральному округу.

Проверка гипотезы и обсуждение результатов. Были созданы два обучающих множества на основе данных, представленных в системе комплексного раскрытия информации об эмитентах (СКРИН). В первое множество вошли 129 организаций, начинавших процедуру банкротства с 2019 по 2021 г., во второе –150 организаций, с максимальной выручкой в соответствующие годы.

В процессе анализа использовались данные бухгалтерской отчетности организаций-банкротов за 2 года до объявления банкротства, по действующим организациям – данные бухгалтерской отчетности за 2017-2018 годы для 2019 года, 2018-2019 годы для 2020 года, 2019-2020 годы для 2021 года.

С целью получения максимально достоверных результатов исследования данные выборки были подвергнуты проверке на сознательное искажение финансовой отчетности, для этого был использован интегральный показатель манипулирования- индекс M-Score, созданный М.Бенишем

В результате проверки вероятность искажения бухгалтерской отчётности наблюдалась у 24% компаний банкротов и 41% среди компаний, получивших максимальную выручку.

На основании выбранных данных был проведен расчет для каждой организации. Все расчеты были проведены с помощью компьютерной программы EXCEL. Результаты прогнозирования банкротствапредставлены ниже (Таблица 1).

Модель можно считать адекватной для прогнозирования банкротства, если она показала не менее 80% банкротов среди организаций, начавших производство по делу банкротства, а среди действующих организаций – не более 20%.

Модель Э.Альтмана подтвердила вероятность банкротства у 82% организаций-банкротов и спрогнозировала данную вероятность для 7% финансово здоровых организаций, что говорит о возможности ее применения.

Таблица 1 – Оценка вероятности банкротства организаций оптовой торговли по Сибирскому федеральному округу по зарубежным и отечественным моделям, %

Название модели	Прогноз для компаний банкротов	Прогноз для компаний с максимальной выручкой
1	2	3
Модель Альтмана	82	7
Модель Дюрана	95	67
Модель Лиса	91	67
Модель Таффлера и Тишоу	51	6
Модель Спрингейта	58	7
Модель Лего	98	91
Модель Шегурова-Леушина	78	38
Модель Беликова-Давыдовой	71	11
Модель Сайфуллина-Кадыкова	86	40
Модель Зайцевой	31	60
Модель Донцовой-Никифоровой	91	46
Модель Савицкой	57	15
Модель Савицкой балльная	95	89

Остальные 12 моделей в процессе анализа не подтвердили необходимые требования по их применению для организаций оптовой торговли по Сибирскому федеральному округу. Одной из причин этого, возможно, является то, модели, не специализированы под деятельность отдельных видов организаций, а также в рамках работы использовались зарубежные модели, которые основываются на отчетности американских компаний, отличающейся от российской отчетности.

В целом проведенное исследование свидетельствует о неподтверждении выдвинутой гипотезы о применимости большинства моделей оценки вероятности банкротства, кроме модели Э. Альтмана для организаций оптовой торговли по Сибирскому федеральному

округу, что обуславливает необходимость продолжения исследования в аспекте причин неприменимости моделей в отдельных регионах и отраслях деятельности и разработки авторской модели оценки вероятности банкротства организаций сферы торговли.

Список литературы

1. Кудрявцева, Т. Ю. Финансовый анализ : учебник для вузов / Т. Ю. Кудрявцева, Ю. А. Дуболазова ; под редакцией Т. Ю. Кудрявцевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 167 с.
2. Магомедов, А. М. , Экономика организаций торговли : учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05732-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт] - с. 172- 195 — URL: https://urait.ru/bcode/493425/p.172
3. Система комплексного раскрытия информации об эмитентах и профессиональных участниках фондового рынка (СКРИН) [Электронный ресурс] URL: https://kontragent.skrin.ru
4. Статистический ежегодник 2020 [Электронный ресурс] URL:https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/KrPEshqr/year_2020.pdf
5. Статистический сборник торговля в России 2021: Стат. сб./ Росстат. - М., 2021. – 269 с.

НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ (БАНКРОТСТВО) КАК ПРАВОВАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИИ

Е. М. Романенко, И. Н. Раздерищенко
Сибирский государственный университет путей сообщения
romanenkoeli@yandex.ru

В данной статье мы рассмотрим тему «Банкротство как правовая и экономическая категория», углубимся в причины несостоятельности и факторы влияющие на них. Разберемся кто может претендовать на статус банкрота. Условия, при которых арбитражный суд подтвердит факт банкротства. Затронем тему фиктивного и преднамеренного банкротства. И в заключении разберем виды наказаний за преднамеренное банкротство.

Ключевые слова: банкротство, арбитражный суд, фиктивное банкротство, преднамеренное банкротство, уголовное наказание,

административное наказание.

В современной рыночной экономике существует множество различных предприятий, компаний, индивидуальных предпринимателей, которые ведут активную финансовую деятельность. Актуальность данной темы, обусловлена тем, что на любой стадии развития, будь то зрелость или зарождение, может возникнуть такой момент, когда сумма внешних долгов превышает внутренние финансовые возможности. Плюсом ко всему не защищенность граждан со стороны государства по данному вопросу.

Данный этап носит название «банкротство», или «несостоятельность».

Институт несостоятельности (банкротства) уходит своими корнями в статуты итальянских городов, в частности Генуи, Флоренции, Венеции конца XV века, которые в свою очередь содержали в своей основе процедуры, известные Римскому праву. Термин «банкротство» произошел от итальянского banca rotta («сломанная скамья»). В давние времена на Апеннинском полуострове ростовщики совершали свои сделки на специальных скамьях, которые и называли банками. Если ростовщик разорялся, он ломал скамью, сигнализируя о прекращении своей деятельности из-за неспособности платить по долгам.

По данным «Платформа ОФД», в РФ за 2020 год около 15% компаний прекратили свое существование. Основными причинами называют – невозможность подстроиться под новые условия ведения бизнеса и отсутствие денежной «подушки безопасности». Это не может не сказаться и на экономике страны. Так по данным Росстата, за это время ВВП России снизился на 3,1% — абсолютный рекорд с 2009 года.

Данная проблема связана с развитием экономических отношений и становлением договора, как элемента гражданского оборота. В последнее время участилось массовость преднамеренного банкротства Этому послужили внешние факторы (55%) и внутренние причины (45%). Внутренние включают в себя:

1. неэффективная модель управления;
2. некомпетентное руководство;
3. недостаточная квалификация сотрудников;
4. отсутствие чёткой финансовой стратегии компании;
5. низкая конкурентно способность продукции или услуги ;
6. неэффективная реклама и прочие причины, которые зависят от действий компании должника.

К внешним причинам относятся ситуации, при которых компании теряют возможность исполнять финансовые обязательства по

независящим от них причинам: экономическим, политическим, демографическим и т.д.

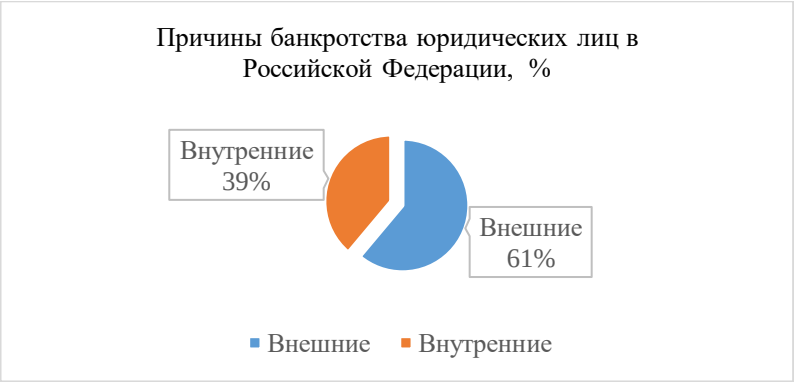


Рисунок 1 - Причины банкротства юридических лиц в Российской Федерации, %

В 2002 г. вступил в силу Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», который установил механизм банкротства юридических лиц, этим же нормативно-правовым актом, были включены такие понятия: «фиктивное» и «преднамеренное банкротство».

Должником может выступать не только гражданин, но и индивидуальный предприниматель или юридическое лицо.

Для того, чтобы заявить о несостоятельности юридического лица, компания должна соответствовать следующим признакам:

1. Общая задолженность перед бюджетом, поставщиками, банками, сотрудниками, клиентами должна составлять более 300 тыс.руб;
2. Должны отсутствовать обязательные платежи на протяжении 90 дней;
3. Размер активов не должен удовлетворять финансовые претензии.

На рисунке 2 представлена структура банкротства юридических лиц по размеру бизнеса. На микро предприятия приходится до 600 млн. руб (3,7%), малый бизнес от 60 до 400 млн. руб (5,6%), средний бизнес занимает значительную часть от 401 млн до 1000 млн. руб (23,7%), крупный бизнес более 1000 мнл. руб (68%).



Рисунок 2 – Юридические лица-банкроты по размеру бизнеса в Российской Федерации

Ликвидация предприятия не единственная цель инициирования процедуры. В ходе судебного рассмотрения разрабатываются мероприятия для восстановления платежеспособности компании-должника, а также выявляются признаки фиктивного либо преднамеренного банкротства.

Разновидности процедуры банкротства:

Чаще всего можно встретить банкротство по неосторожности. В этот момент компания имеет проблемы с финансами, большую закредитованность и недостаток прибыли для расчета с кредиторами.

1. Реальное – компания не может оплатить все долги, производить товар/оказывать услуги, а также нет возможности восстановить платежеспособность даже с заемными средствами.
2. Условное - Есть задолженность, превышающая активы компании, однако фирма продолжает работать. Есть судебные решения по отдельным крупным претензиям, которые в дальнейшем могут быть растянуты во времени или реструктуризированы. Склад затоварен ликвидным товаром, однако реализовать его в кратчайший срок невозможно. Судебное решение выносится на определенный срок, в течение которого проводятся мероприятия по оздоровлению финансовой ситуации.
3. Умышленное - Представители компании набирают кредиты и долги, не планируя их возвращать. Такое решение руководства возникает либо в самом начале деятельности компании, либо уже в процессе деятельности.
4. Фиктивное – Разновидность умышленного с тем отличием, что компания может физически продолжать свою деятельность, однако не

работать на бумаге – подделывается отчетность и т.д.

По итогам проводится проверка всех сделок за последние 3 года с целью выяснить, не связан ли владелец бизнеса с клиентами родственными или другими связями. Также, иногда предприятия могут получить статус временного банкрота, или им могут объявить дефолт.

Какое наказание предусматривается за фальшивое банкротство в России?

На любой стадии признания организации банкротом кредиторы могут инициировать экспертную проверку по установлению возможности фиктивного банкротства. Экспертизу может произвести любым уполномоченным лицом, органом или специальным учреждением.

По окончании проверки специалист устанавливает наличие признаков фиктивного банкротства, лиц, которые причастны, а также делается вывод о платежеспособности и ставиться вопрос «можно ли вернуть организации платежеспособность и какими способами?».

Если, факт фиктивного банкротства доказан, недобросовестному

предпринимателю грозит ответственность от административной до уголовной.

1. Административная ответственность за фиктивное банкротство

Ст. 14.12 КоАП РФ говорит о штрафе, налагаемом судом в размере от одной тысячи до тех тысяч рублей. За преднамеренное банкротство установлена административная ответственность от одной тысячи до тех тысяч рублей, на должностные лица – от пяти и до десяти тысяч рублей или отстранения на срок от одного года до трех лет.

2. Уголовная ответственность

За фиктивное банкротство (если оно повлекло причинение крупного ущерба от 2млн 250 тыс. руб.) предусмотрена уголовная ответственность Ст. 197 УК РФ. Санкции предусматривают наказание в размере от 100 тыс. руб. и до лишения свободы сроком до 6 лет.

За неуплату налогов вследствие фальшивого банкротства предприниматель может быть привлечен за мошенничество с финансами государства, на серьезный срок – до 10 лет лишения свободы с конфискацией имущества

Все перечисленные деяния совершаются с умышленной формой вины и посредством мошеннических действий. В данном случае термин «мошеннический» толкуется судами как совершение деяния с намерением ввести в заблуждение. Умысел же на мошеннические действия доказывается непосредственно по обстоятельствам дела. При этом умышленная форма вины подразумевает сознательные и добровольные действия, направленные непосредственно на нарушение

требований закона.

Таблица 1 – Наказание за фиктивное и преднамеренное банкротство

	Фиктивное	Преднамеренное
Определение	Заявление о невозможности выплатить долг при фактическом наличии средств для расчета с кредиторами.	Умышленное действие или бездействие, приводящее к росту убытков и фактическому разорению предприятия
Уголовная ответственность	Ст.197	Ст.196
Административная ответственность	Ст. 14.12 часть 1	Ст. 14.12 часть 2

Список литературы:

1. Сурикова Е.А., Раздерищенко И.Н. Анализ финансового состояния организации по данным бухгалтерской отчетности: учеб.- метод. пособие /сост. Е.А. Сурикова, И.Н. Раздерищенко. –Новосибирск.
2. Харитонова Н.Н. Институт банкротства в 2020 году / Н.Н. Харитонова // Социально-экономическое управление: теория и практика. — 2020. — № 2 (41). — С. 43-45. 22.03.2023).
3. Банкротство в России и за рубежом. [интернет–ресурс]. URL: https://investorentier.ru/bankrotstvo-v-rossii-i-za-rubezhom/ (дата обращения
4. Третьяков К.В. Фиктивная кредиторская задолженность при банкротстве: уголовно-правовой аспект / К.В. Третьяков // Имущественные отношения в Российской Федерации. — 2019. — № 11. — С. 94 – 96.
5. Кодекс правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2002 N 1 (ч. 1). Ст. 1
6. Шевченко И.М. Российское законодательство о банкротстве: некоторые проблемы и дальнейшие пути развития // Юридическая наука и практика. 2015 Т. 11 № 2 С. 20-31.Изд–во СГУПСа, 2017 – 104 с.

АНАЛИЗ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК»

А.А. Салчак, М.М. Сорокина
Новосибирский государственный университет экономики и управления
ayslu0512@mail.ru

В данной статье исследуется ипотечное кредитование в ПАО Сбербанке на примере анализа его развития. Большое значение имеет изучение актуальности ипотечного кредитования. В статье дается определение термина `ипотечное кредитование`, а также рассматривается история развития данного вида кредитования в России. Основной фокус статьи – на современном состоянии рынка ипотеки, на его анализе и мерах государственного регулирования.
Ключевыми словами являются ипотека, ипотечное кредитование, недвижимость, государственная поддержка и процентные ставки.

Исследование тенденций и практик в сфере ипотечного кредитования поможет спрогнозировать изменения в этой сфере и оценить возможные последствия для рынка недвижимости и экономики в целом. Это имеет большое значение для понимания факторов, влияющих на рынок ипотечного кредитования, его особенностей и различных вызовов, с которыми сталкиваются люди, получающие ипотечные кредиты.

Ипотечное кредитование – это вид кредитования, когда кредитор предоставляет денежные средства заемщику на приобретение недвижимости, которая является обеспечением по кредиту. Обычно ипотечный кредит выдается на срок от нескольких лет до нескольких десятилетий, а процентная ставка может быть как фиксированной, так и переменной. В случае невозврата займа, банк имеет право забрать недвижимость в собственность и продать ее на аукционе, чтобы покрыть задолженность заемщика [2].

Ипотечное кредитование в России начало развиваться в середине 1990-х годов, когда были приняты первые законодательные акты, регулирующие рынок жилищного кредитования. В этот период небольшое количество банков начало выдавать ипотечные кредиты, преимущественно на условиях классического ипотечного залога.

Однако данный вид кредитования получил массовую распространенность только в начале 2000-х годов, когда были введены новые стандарты и правила для ипотечных кредитов.

В последнее время ипотечное кредитование в России продолжает активно развиваться. Важным этапом развития ипотечного кредитования в России стала льготная программа «Ипотека с государственной поддержкой», которая была запущена в 2019 году. Данная программа позволяет выдавать ипотечные кредиты под 6,5% годовых на покупку новостроек в рамках определенных условий.

Средняя процентная ставка по жилищным кредитам на первичном рынке во втором квартале 2022 года снизилась до 4,3% Это произошло из-за смягчения денежно-кредитной политики ЦБ РФ, понизившего базовую процентную ставку Крупные застройщики вместе с банками запустили партнерские программы с низкими процентными ставками, которые варьируются от 0,01% до 2%. В рамках программы застройщики субсидируют эти проекты, реализуя квартиры по более высокой цене. Кроме того, последние льготные ипотечные схемы, предлагающие доступные ставки для широких масс, также сыграли свою роль в увеличении объемов кредитования. Доля этих проектов увеличилась с 34% в 1 квартале 2022 года до 64% во 2 квартале 2022 года [3].

СберБанк - это один из самых крупных банков в России и Центральной Европе. Многие эксперты считают СБЕР одним из ведущих финансовых институтов международного уровня. Банк предоставляет различные виды ипотечных продуктов, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные ипотечные продукты ПАО «Сбербанк»

Ипотека	Процентная ставка	Первый взнос
На вторичное жилье	от 10,9%	от 0%
Новостройки	от 10,9%	от 0%
Семейная ипотека	от 5,3%	от 15%
Ипотека с господдержкой	от 7,3%	от 15%

Каждая из программ имеет свои характеристики и условия, которые могут быть определены в индивидуальном порядке. Можно выбрать длительность кредита и размер первоначального взноса, а также получить скидку на процентную ставку, если пользоваться другими услугами банка. Например, «Семейная ипотека» - программа, которая

предназначена для молодых семей (до 35 лет), которые только начинают свою жизнь вместе. Она предусматривает возможность получения кредита на выгодных условиях, а также более щадящие условия по процентной ставке.

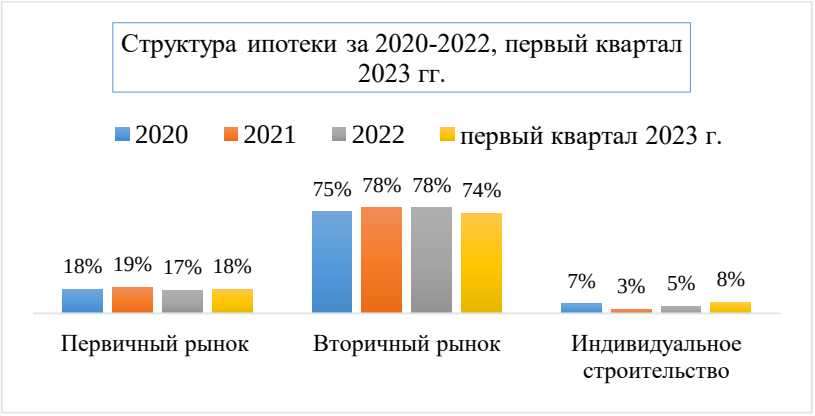


Рисунок 1 – Структура ипотеки за 2020-2022 г. 1 квартал 2023гг.

Изучая динамику распределения сделок по типам кредитов в период с 2020 по 2022 год, можно отметить, что вторичная недвижимость пользуется большей популярностью, чем первичное жилье, несмотря на наличие льготных программ.

Наблюдалось существенное уменьшение доли сделок на вторичном рынке, особенно во втором квартале 2022 года. В это время рекордные значения ключевой ставки Центробанка оказали существенное влияние на данную тенденцию. Однако это не привело к уменьшению популярности вторичного рынка.

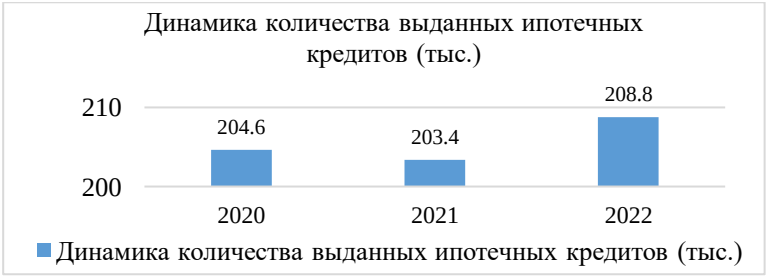


Рисунок 2 - Динамика количества выданных ипотечных кредитов в 2020-2022 гг.

В 2022 году было выдано более 208,8 тыс. ипотечных кредитов Сбером. Однако, согласно данным Домклик, общий объем кредитов увеличился в три раза и составил более 653,2 млрд рублей.

В настоящее время объем выдач льготных и рыночных ипотечных кредитов значительно превышает объем досрочных и плановых погашений примерно в 2-2,5.

Таким образом, при отсутствии внешних факторов, влияющих на рынок жилья, ожидается рост портфеля ИЖК до 14-14,5 трлн.руб к концу года.

Список литературы:

1. Бекирова, С. Э. Особенности ипотечного кредитования Российской Федерации в региональном разрезе / С. Э. Бекирова, Э. М. Абдулхаирова // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2021. – № 1(54). – С. 56-66.
2. Дремова, У.В. Банковский механизм кредитования в процессе реализации инфраструктурной ипотеки / У.В. Дремова // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. - 2022. - № 1 (46). - С. 78-85.
Травкина, Е.В. Тенденции развития ипотечного жилищного кредитования в россии // Теория и практика общественного развития. 2022. №10 (176). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-ipotechnogo-zhilischnogo-kreditovaniya-v-rossii-2 (дата обращения: 05.04.2023).

ПРОАКТИВНЫЙ ПОДХОД К ВЫЯВЛЕНИЮ ПРИЗНАКОВ ПРЕДНАМЕРЕННОГО БАНКРОТСТВА

Д.Д. Сафронова, С.А. Дудин
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
safronovadianka@mail.ru

Выдвинута и проверена гипотеза о возможности формирования обучающего множества с признаками преднамеренного банкротства для компаний с видом экономической деятельности – «торговля оптовая» и ОПФ – ООО.

Ключевые слова: преднамеренное банкротство, признаки преднамеренного банкротства, оборотный капитал, торговля.

Любой экономический субъект выполняет свою деятельность в условиях риска – риска снижения эффективности, утраты платежеспособности и банкротства. Вопрос оценки вероятности банкротства является одним из самых важных при принятии управленческих и инвестиционных решений в условиях нестабильности на финансовых рынках. С каждым днём оценка рисков банкротств все больше необходима для различных отраслей [4].

Объект исследования: банкротство экономических субъектов.

Предмет исследования: Методы выявления преднамеренного банкротства организаций [3].

Гипотеза: исследования заключается в возможности применения проактивного методического подхода к выявлению преднамеренного банкротства с построением интегрального показателя оценки вероятности преднамеренного банкротства для российских компаний с ОПФ «Общество с ограниченной ответственностью (далее ООО) и видом экономической деятельности «торговля оптовая».

Допущение: неоднородность торговой отрасли, нивелируется выбором компаний с сопоставимыми показателями оборотного капитала. (Например, срок оборачиваемости запасов и пр.).

Научная новизна исследования заключается в разработке концепции интегрального показателя для оценки преднамеренного банкротства организаций на основании финансовых данных бухгалтерской отчетности

Практическая значимость методики основывается на отсутствии детерминизма показателей, отраслевой принадлежности. Дополнительно методика способствует нивелированию манипулирования данными финансовой отчетности и даст более точную оценку вероятности преднамеренного банкротства [1].

В ходе исследования были применены стандартные приемы и методы анализа статистических данных и бухгалтерской отчетности: сравнительный, метод обобщения, метод структурного анализа и коэффициентный метод.

Выбрана торговая отрасль, т.к. она наиболее подтверждена риску банкротства, что подтверждается высокой мобильностью бизнеса (доля основных средств в балансе <10%, оборотные активы >80% валюты баланса).

Суть подхода заключается в заблаговременном выявлении организаций – преднамеренных банкротов на основании комбинации статистических методов оценки вероятности банкротства [2,4].

Временной лаг исследования: 2 года до начала банкротства. Построение модели осуществлялось на основании 2-х обучающих

множеств:

– “Действующие организации платежеспособного и устойчивого состояния” - 30 компаний. Данные отчетности за 2022-2021 гг.

– “Организации – преднамеренные банкроты” - 30 компаний. Данные отчетности за 2018-2016 гг. Начало введения процедуры банкротства 2020 г. и 2019 г.

На основании данных финансовой отчетности построена пробит-регрессионная модель для оценки вероятности преднамеренного банкротства для организаций с видом экономической деятельности «торговля оптовая», представленная в формуле 1. Качество построенное модели – 85%.

$$y = -0{,}84 - 0{,}001X_1 - 3{,}04X_2 - 0{,}0002X_3 + 0{,}0005X_4 - 7{,}62X_5 - 0{,}022X_6 \quad (1),$$

где X_1 – коэффициент роста баланса;
X_2 – доля нераспределенной прибыли в пассиве;
X_3 – доля себестоимости в выручке;
X_4 – доля выручки в заемных средствах;
X_5 – рентабельность продаж;
X_6 – отношение дебиторской задолженности к кредиторской;

Дальнейшим этапом модернизации методики предполагается экстраполяция нефинансовых показателей (на основании сведении ЕГРЮЛ, СПАРК, СКРИН) на обучающие множества:

– частота смены руководителя (триггер – изменения за последние 3 года);
– количество сотрудников (триггер – менее 10);
– массовый руководитель (триггер – наличие фактора);
– смена учредителей (триггер – есть изменения);
– судебные производства (триггер – более Чистых активов);
– количество аффилированных лиц (триггер – более 3);

Таким образом, выдвинутая гипотеза подтвердилось, на основании данных финансовой отчетности возможно сформировать обучающие множества для построения пробит-регрессионного уравнения.

Список литературы

1. Алексеев М.А., Дудин С.А., Лихутин П.Н. Методология исследования турбулентных совокупностей // Вестник НГУЭУ. – 2018. – №3. – С.106-121.

2. Васильева, Н. С. Проактивный подход в исследовании факторов банкротства российских компаний / М. А. Алексеев, Л. Е. Никифорова,

Н. С. Васильева // Актуальные направления научной мысли: проблемы и перспективы: сб. материалов VI Всероссийской научно-практической (национальной) конференции (Новосибирск, 18-20 марта). – Новосибирск, 2019. – С.112-143.
3. Сафронова Д.Д. Основы выявления преднамеренного банкротства компаний / Д.Д. Сафронова, Н.С. Васильева // Интеллектуальный потенциал Сибири: сб. научных трудов 29-ой Региональной научной студенческой конференции, посвященной Году науки и технологий в России. Ч. 1. – Новосибирск, 2021. – С.361-364.
4. Сафронова Д.Д. Применение проактивного подхода к выявлению преднамеренного банкротства к обществам с ограниченной ответственностью / Д.Д. Сафронова // Материалы 60-й Международной научной студенческой конференции (Новосибирск, 10-20 апреля). – Новосибирск, 2022. – С.241-242.

ОСОБЕННОСТИ ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Н.В. Сергиевич, Е.Л. Прокопьева
Новосибирский Государственный Университет Экономики и Управления «НИНХ»
nik.s2000@vk.com

Исследование системы жилищного кредитования в России и ее развития - главная тема данной работы. Цель состоит в анализе показателей жилищного кредитования и предложении эффективных способов улучшения этой системы в настоящее время. Для достижения этой цели были использованы различные общенаучные методы, такие как сравнительный анализ, системный анализ, обобщение, алгоритмизация, динамический и структурный анализ. В результате проведенного исследования были изучены подходы к пониманию и структурированию жилищного кредитования, а также определена методология его исследования. Был проведен анализ динамики ипотечного жилищного кредитования и выявлены тенденции его развития. Также были обозначены проблемы и даны рекомендации по совершенствованию системы жилищного кредитования в России. Основным выводом исследования является то, что жилищное кредитование играет важную роль в улучшении качества жизни населения, однако существуют определенные проблемы, такие как ограниченная доступность кредитов для значительной части

населения и повышенные риски для банков. Для решения этих проблем необходимо создать гибкую систему государственного регулирования и развития рынка ипотечных ценных бумаг.

Ключевые слова: жилищное кредитование, ипотечное кредитование, ключевая ставка, договор долевого участия, кредитный риск, жилищно-строительный кооператив.

Ранее определено, что жилищное кредитование подвержено влиянию многочисленных социально-экономических, демографических и финансовых факторов, что обуславливает наличие многообразия методов и подходов к анализу показателей данного сегмента кредитования.

В качестве основных в работе было изучено несколько исследований разных авторов, посвященных анализу и моделированию показателей жилищного (ипотечного) кредитования.

Для формирования подхода к изучению тенденций развития рынка ЖК, моделирования и прогнозирования его объема в регионе первоочередной задачей представляется выявление факторов, влияющих на его динамику в краткосрочной и долгосрочной перспективах. Например, в научной работе Цыпиной Ю.С. производится анализ количественных, качественных и фундаментальных показателей, которые так или иначе могут оказывать влияние на объем жилищного (ипотечного) кредитования, посредством построения нейросетевых моделей. В ходе данного исследования было установлено, что оптимальные (т.е. максимальные) значения по объему ЖК в России достигаются при разнонаправленном движении влияющих факторов. Например, при максимальных значениях среднедушевых доходов и сроку кредитования, и при минимальных значениях уровня безработицы, величины жилого фонда, обеспеченности населения жильем и средних цен на недвижимость.

Также был изучен метод кластерного анализа. В научной статье Гриценко Т.С., Передера Ж.С., Теряевой А.С. проведена оценка уровня развития жилищного(ипотечного) кредитования посредством применения кластерного анализа, предназначенного для формирования групп, которые разноудалены друг от друга и имеют общие признаки. В данном исследовании авторы установили кластеры регионов, которые наиболее схожи по рассчитанным показателям, выделяя таким образом «лидеров» и «аутсайдеров» рынка жилищного(ипотечного) кредитования.

Одним из наиболее популярных методов изучения рынка ипотечного кредитования является статистический анализ. Была

изучена научная работа Пшеничнова Н.В. по статистическому исследованию жилищного(ипотечного) кредитования. Первая часть работы основана на оценке абсолютных и относительных показателей в динамике, характеризующих рынок ипотечного жилищного кредитования. Автор установил, что кредитование в России нацелено на вектор развития: растут как количественные, так и объемные показатели жилищного(ипотечного) кредитования. Во второй части работы посредством эконометрических методов автор установил связи процессов жилищного(ипотечного) кредитования с курсом доллара, процентной ставкой, стоимостью жилья и количеством одобренных заявок по кредиту. Стоит отметить, что статистический анализ достаточно распространен в использовании, так как не требует применения сложных расчетов и является универсальным инструментом для оценки результатов каких-либо экономических процессов.

Список литературы

1. Цыпина Ю.С. Статистическое исследование ипотечного жилищного кредитования // Оренбургский государственный университет, 2013. – С. 24
2. Гриценко Т. С., Передера Ж. С., Теряева А. С. Определение уровня развития ипотечного кредитования в регионах на основе кластерного анализа и интегральной оценки // Вестник евразийской науки. 2017. №3 (40) – 24 С.
3. Пшеничнов Р.В. Статистическое исследование рынка ипотечного кредитования Республики Марий Эл // Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова. Г. Москва, 2020. – 230 С.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ В КОМПАНИЯХ ТАКСИ

А.Р. Попова, М.А. Тахтобина, И.Н Доме
Новосибирский государственный университет экономики и управления
ArinaPopovaR@mail.ru

Контроль дебиторской задолженности является одним из важных аспектов для финансовой устойчивости компаний такси.

Ключевые слова: увеличение дебиторской задолженности, компании такси, методы управления дебиторской задолженностью.

Дебиторская задолженность напрямую влияет на финансовый климат компании. Наличие большого объема долгов по контрагентам замораживает активы предприятия и не дает ему развиваться. Большинство компаний использует лишь отдельные инструменты для борьбы с дебиторами, но нужна система управления дебиторской задолженностью.

Актуальность данной темы заключается в том, что анализ дебиторской задолженности предприятия является важнейшим элементом управления системой расчетов, который напрямую влияет на финансовое положение предприятия. За 2022 год средний рост дебиторской задолженности относительно рассматриваемых компаний по предоставлению услуг такси составил 45,3%, что можно увидеть в таблице 1, представленной ниже.

Целью нашего исследования является подготовка рекомендаций по улучшению системы управления дебиторской задолженности компаний по предоставлению услуг такси.

Таблица 1 – Динамика дебиторской задолженности в компаниях такси

Наименование компаний такси	Дебиторская задолженность, тыс. руб.		Изменение	Доля ДЗ в активах	
	2021	2022		2021	2022
ЯНДЕКС ТАКСИ	6650329	11085421	4435092	44%	39%
М. ТАКСИ	31084	47650	16566	41%	41%
ООО "ТАКСИ"	38550	45467	6917	18%	37%

Во всех компаниях такси наблюдается рост дебиторской задолженности, наибольшее изменение было у «ЯндексТакси», рост составил 4435092 тыс. руб. Проанализировав коэффициент оборачиваемости и длительность одного оборота, можно сделать вывод, что самый длительный срок одного оборота составил 270 дней у компании «М. Такси», а также у «ООО Такси» оборот составляет 167 дней, что является проблемой, так как это означает задержки по платежам. У «ЯндексТакси» один оборот составляет 40 дней, это показывает, что есть текущая просроченная задолженность. Отношение темпа роста дебиторской задолженности к темпу роста выручки показало, что у компании «М. Такси» показатель приближен к 1, а это значит, что у них ускоренный сбор дебиторской задолженности по

сравнению с оборотом и прибылью, что нельзя сказать о компании «ЯндексТакси» и ООО «Такси», у них показатель приближен к 0. Таким образом, компании такси должны управлять дебиторской задолженностью с наибольшей эффективностью, для того чтобы не нанести ущерба своему бизнесу.

Наиболее распространенные инструменты перечислены в таблице 2. Целью всех методов рефинансирования задолженности является ускорение перевода дебиторской задолженности в наиболее ликвидные активы: денежные средства и высоколиквидные краткосрочные ценные бумаги.

Для компаний в сфере такси подойдут такие методы, как цессия и факторинг.

Цессия может быть полезным инструментом для компаний такси, когда им необходимо передать свои права на задолженность по оплате услуг. К примеру, компания такси может передать права на задолженность своему партнеру или финансовой организации (цессионарию), которые будут взыскивать эту задолженность у клиентов компании такси.

Таблица 2 – Инструменты управления дебиторской задолженностью

Инструменты управления ДЗ	**Описание**
Цессия	**уступка прав требования или иного имущества, права собственности, которые подтверждаются некими документами**
Дисконтирование счетов	метод, с помощью которого предприятия быстро получают наличные деньги из неоплаченных счетов своих клиентов; получение кредита под залог неоплаченных счетов
Форфейтинг	операция по приобретению финансовым агентом коммерческого обязательства заёмщика перед кредитором. Является специфической формой кредитования торговых операций
Факторинг	**финансовый инструмент, который позволяет компаниям продавать свои дебиторские требования третьей стороне (фактору) за определенный процент от их стоимости**
Секьюритизация	форма привлечения финансирования путём выпуска ценных бумаг, обеспеченных активами, генерирующими стабильные денежные потоки

Это может быть выгодно для компании такси, так как ей не нужно будет тратить свои ресурсы на сбор задолженности. Однако, при передаче прав можно потерять часть дебиторской задолженности в виде комиссионных платежей, которые будут взыматься цессионарием.

Помимо этого, существуют законодательные нормы, которые регулируют процедуру цессии. Поэтому компании, планирующей использовать этот инструмент, следует обращаться за помощью к юристам или консультантам в области финансов и налогов.

В случае компаний такси, факторинг может быть полезным для решения финансовых проблем и улучшения эффективности своей работы. Например, компания такси может использовать факторинг, чтобы получить быстрый доступ к деньгам, которые она заслуживает от своих клиентов. Вместо того, чтобы ждать, пока клиенты оплатят за услуги, компания может продать свои дебиторские требования третьей стороне (фактору) и получить финансовую выгоду.

Факторинг также может помочь улучшить финансовую стабильность компании такси, так как она может получить доступ к дополнительным средствам для финансирования своей деятельности. Кроме того, факторинг обычно включает сбор платежей от клиентов, что может освободить время компании и сократить расходы на сбор задолженностей.

В общем, факторинг — это эффективный инструмент для улучшения финансовой стабильности и эффективности работы компании такси. Однако перед принятием решения о его использовании, компании следует тщательно изучить все возможные риски и преимущества и обратиться за помощью к финансовым или юридическим консультантам.

Независимо от выбранного подхода, предприятиям, специализирующимся на предоставлении услуг такси, следует уделять достаточное внимание управлению своей дебиторской задолженности, чтобы не допустить ее роста и сохранить свою финансовую устойчивость.

Список литературы

1. Корнеева И. Н., научная работа «Современные методы и инструменты управления дебиторской задолженностью».
2. Кулешова А. И., Вельм М. В., научная статья «Методы управления дебиторской задолженностью».
Система комплексного раскрытия информации об эмитентах и профессиональных участниках фондового рынка (СКРИН).

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ В РИТЕЙЛЕ

А.Г. Егорова, П.А. Черненко, И.Н. Доме
Новосибирский государственный университет экономики и управления
@sashylika.egorova66@mail.ru, jessy.2002@list.ru

Проблема дебиторской задолженности является важным аспектом финансового управления ритейлеров, который требует внимания и эффективного управления.

Ключевые слова: ритейлеры, розничная торговля, дебиторская задолженность, методы регулирования.

Ритейлер – это компания, которая занимается торговлей в розницу, предоставляя потребителям широкий ассортимент товаров и услуг.

Ритейл - важный элемент для экономики любой страны. Ритейлеры играют ключевую роль в распространении продукции, а также позволяют производителям получать обратную связь от потребителей, что помогает улучшить свои товары. Помимо основной деятельности, ритейлеры занимают значительный сегмент на рынке труда, что и способствует экономическому развитию.

Ритейлеры, как и другие организации, сталкиваются с конкуренцией, изменением потребительских предпочтений и другими проблемами. Основной из них является ухудшение финансового положения. Для многих магазинов розничной торговли «болью» считается дебиторская задолженность. Данный показателей может быть значительным, так как некоторые товары приобретаются в кредит. Это означает, что, приобретая товар, покупатель может оплатить его не сразу, а через определенное время. Ритейлеры предлагают потребителям различные виды оплаты продукта (рассрочка, отсрочка платежа). Также регулярная проверка кредитоспособности клиента позволяет компаниям управлять дебиторской задолженностью.

Одна из основных проблем управления дебиторской задолженностью для ритейлеров – риск неуплаты со стороны покупателя. Если оплата не происходит или происходит с длительной задержкой, компания может потерять денежные средства и понести убытки. Кроме того, высокая дебиторская задолженность может повлиять на ликвидность ритейлера, следовательно, ухудшить финансовое положение.

Данная проблема особенно характерна для ритейлеров бытовой техники, так как товары таких компаний покупатель не всегда может оплатить полностью.

Для анализа дебиторской задолженности ритейлеров бытовой техники были рассмотрены крупные компании в РФ: ДНС, М.Видео, реСтор.

Целью данной работы является выявление взаимосвязи между ростом дебиторской задолженности и финансовыми результатами компаний ритейла.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

1. Изучить бухгалтерскую отчетность компаний и провести необходимые расчеты.
3. Провести анализ полученных результатов.
4. Предложить методы регулирования дебиторской задолженностью для компаний в сфере ритейла.

Таблица 1 — Анализ изменения и расчет удельного веса дебиторской задолженности

Компания	Дебиторская задолженность, руб.		Изменение, тыс.руб.	Удельный вес, %	
	2021	2022		2021	2022
ПАО "М. Видео"	5 431 495,00	5 520 328,00	88 833,00	44,1	44,5
ООО "ДНС-РИТЕЙЛ"	22 469 536,00	43 103 007,00	20 633 471,00	8,6	14,6
ООО"реСтор"	3 518 103,00	4 126 675,00	608 572,00	19,0	32,4

По данным таблицы 1, можно заметить, что у компании ДНС самая большая дебиторская задолженность, однако чистая прибыль, по сравнению с другими компаниями имеет высокий показатель. Помимо изменений дебиторской задолженности был изучен показатель длительности одного оборота дебиторской задолженности. У ритейлера М.Видео самый длительный срок одного оборота – 71 день, что говорит о замедлении оборачиваемости дебиторской задолженности и удлинении операционного цикла. У компаний ДНС и реСтор ситуация намного лучше – 6 и 4 дня. Такие значения свидетельствуют о том, что ритейлеры имеют контроль за структурой дебиторской задолженности в разрезе должников.

Также была проведена оценка отношения темпа роста дебиторской задолженности к темпу роста выручки. Получены следующие данные:

значение параметра у ритейлера М.Видео приближено к 1, что говорит о более ускоренной оборачиваемости дебиторской задолженности, относительно прибыли и оборота. ДНС и реСтор имеет низкие показатели, соответственно, капитал компаний «заморожен» в дебиторской задолженности.

Проведенный анализ показал актуальность проблемы, следовательно, ритейлерам необходимо использовать методы по улучшению состояния дебиторской задолженности.

Наиболее подходящими методами регулирования дебиторской задолженности для ритейлеров являются: страхование дебиторской задолженности, факторинг и дисконтирование счетов-фактур. Страхование дебиторской задолженности помогает компании защититься от неуплаты контрагента за поставленные товары или услуги.

Факторинг для ритейлеров также является отличным методом управления дебиторской задолженностью, так как при отсрочке платежа риск неоплаты товара со стороны покупателя принимает на себя факторинговая компания. Он не отражается в балансе как кредитное обязательство. Уступка денежного требования отражается в бухгалтерском учете как выбытие прочих активов. С помощью факторинга можно не только снизить риск задержки платежей со стороны дебиторов, но также и сохранять, и увеличивать оборотные средства компании за счет привлечения внешних источников финансирования.

Дисконтирование счетов-фактур делает предоставление наличных денег предприятиям быстрым. Дисконтная компания предоставляет заем на полную сумму неоплаченных счетов, который нужно будет вернуть, когда компания получит оплату по счетам-фактурам. Это помогает улучшить денежный поток, при этом, сумма счета будет преобразована в наличные деньги, что поможет улучшить короткие циклы оборотного капитала.

Дебиторская задолженность — неотъемлемая часть бизнеса, управляя ей компания может снизить убытки из-за несвоевременных платежей или неплатежей. Для ритейлеров важно не только управлять существующей дебиторской задолженностью, но и по возможности не допускать ее появления, так как большая дебиторская задолженность напрямую влияет на финансовые результаты компании. Для этого, помимо описанных выше методов управления важно:

1) осуществлять предварительную проверку контрагента до стадии заключения договора, проверить благонадежность контрагента на официальном сайте ФНС и его платежеспособность;

2) составлять график оплаты товаров или услуг для каждого из контрагентов и внимательно отслеживать своевременность платежей;
3) учитывать всю информацию о задолженностях; проводить взыскания в случае несвоевременных платежей или неплатежей.

Список литературы

1. Проверка контрагента / [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: https://skrin.ru/ (дата обращения: 06.05.2023)
2. Методы управления дебиторской задолженностью: [Электронный источник].URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metody-upravleniya-debitorskoy-zadolzhennostyu-1 (дата обращения:06.05.2023)
3. Принципы и методы управления дебиторской задолженностью на предприятиях: [Электронный источник].URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42806058 (дата обращения:06.05.2023)

К ВОПРОСУ О МЕТОДАХ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА СТРАНЫ

М.С. Хорошилов, С.А. Дудин
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
s.a.dudin@edu.nsuem.ru

В работе разработана и апробирована методика, основанная на комплексной оценке показателей макроэкономической и институциональной устойчивости, позволяющая получить эффективную оценку изменения инвестиционной активности и привлекательности становой экономики

Ключевые слова: Макроэкономическая устойчивость, Внешняя позиция, Политический профиль, Монетарно-фискальная оценка, Развитие финансовых институтов.

Актуальность исследования обусловлена трансформацией международных инвестиционно-экономических отношений. В 2022 году доступ для российских индивидуальных и институциональных инвесторов к масштабным западным финансовым рынкам оказался существенно осложнен, ввиду блокировки счетов национального расчётного депозитария (НРД). Частичную возможность инвестировать

из России в западные финансовые инструменты имеют только клиенты иностранных брокеров, либо российских брокеров, имеющих прямые корреспондентские отношения с западными финансовыми организациями. Подобное положение дел существенно увеличивает как инфраструктурные риски для инвесторов, так и транзакционные издержки по совершению сделки. Таким образом, в современных реалиях, российскому инвестору приходится перераспределять инвестиционные ресурсы в пользу внутреннего рынка, либо финансового рынка дружественных государств. В этой связи особую предметную актуальность приобретает разработка экспресс методики оценки станового и регионального инвестиционного климата для принятия с учетом риска и потенциала обоснованного, независимого инвестиционного решения. Объектом исследования является страновой инвестиционный климат. Предмет исследования – факторы оценки станового инвестиционного климата. Цель: разработка и апробация эффективной, а именно, позволяющей пользователю получить достаточно точную оценку при минимальных трудозатратах методики оценки инвестиционного климата для осуществления долгосрочных инвестиций (7-10 лет). В перечень задач исследования вошли:

1) Выявление недостатков стратегии инвестора о формировании индивидуальной оценки инвестиционного климата на основе мнения рыночных аналитиков;
2) Выделение ключевых групп (профилей) факторов влияющих на инвестиционный климат страны;
3) Определение перечня показателей входящих в состав ключевых групп факторов, а так же системы оценивания, как каждого отдельного показателя, так и группы в целом;
4) Обоснование метода расчета интегральной оценки;
5) Апробация методики на примере инвестиционного климата Российской Федерации.

Методология исследования: Анализ, синтез, расчет средних величин, измерение волатильности, бальная оценка динамики ключевых показателей, интегральная матричная оценка.

По результатам исследования решены все поставленные задачи, достигнута цель, получены следующие выводы:

1) Выделены две ключевые группы показателей, на основе которых строится матричная оценка инвестиционного климата: экономический профиль и институциональный профиль
2) В набор подгрупп показателей оценки экономического профиля вошли: макроэкономическая оценка и оценка внешней позиции. Институциональный профиль оценивается через следующие подгруппы

показателей: показатели развития финансовых институтов, монетарно-фискальной политики и управленческих индикаторов Всемирного банка. Измерение каждого показателя в подгруппе производится либо по абсолютным значениям на отчетный период, либо среднему значению, либо по стандартному отклонению (%). Каждый показатель, в зависимости от направления и масштаба изменения (как относительно базового периода, так и относительно среднемировых значений), оценивается по бальной шкале. Оценка 0 означает ухудшение более чем на 10%. 0,5 – изменение в пределах 5%, 0,25(0,75) – изменение в пределах (5%-10%). 1 – улучшение более чем на 10%. Оценка подгруппы переводится в пятибалльную шкалу для сопоставимости результатов. Оценка профиля определяется методом средней взвешенной.

3) Интегральная оценка вычисляется по формуле:

$$Ia = \frac{a_e \times a_i}{25} \quad (1),$$

где Ia – интегральная оценка;

Ae – оценка экономического профиля;

Ai – оценка институционального профиля.

Полученные значения (от 0 до 1) следует интерпретировать следующим образом чем ближе значение интегральной оценки к 1, тем лучшая динамика инвестиционного климата наблюдается в стране в рассматриваемом периоде.

4) Разработанная методика была апробирована на примере РФ (рисунок 1). Были сопоставлены периоды: 2002-2012 и 2013-2022. Интегральная оценка составила 0,234, что свидетельствует о незначительном улучшении инвестиционного климата за рассматриваемый период.

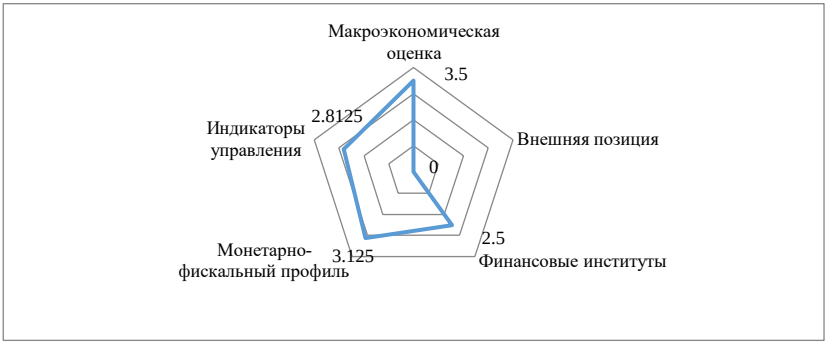


Рисунок 1 – Оценки по группам показателей

По результатам исследования решены все поставленные задачи, достигнута цель, получены следующие выводы: анализ инвестиционного климата может быть осуществлен методом бальной матричной оценки экономического и институционального профиля. Предложенная методика, позволяющая получить актуальную оценку долгосрочной динамики инвестиционного климата страны.

Список литературы

1. Теплова Т.В. Инвестиции. Теория и практика ООО «Издательство Юрайт» 2014 с. 51-73. (дата обращения: 20.03.2023).
2. Едронова В.Н., Стулова О.Е. Матрично-балльная оценка покупателей-дебиторов // Экономический анализ: теория и практика. 2009. №19. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/matrichno-ballnaya-otsenka-pokupateley-debitorov (дата обращения: 20.03.2023).
3. TradingEconomics, Страны/Россия/Экономические показатели [Электронный ресурс] URL: https://ru.tradingeconomics.com/russia/indicators (дата обращения: 20.03.2023).

СЕКЦИЯ ФИНАНСЫ И КРЕДИТ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ФИНАНСОВ

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ (МУНИЦИПАЛЬНЫЕ) ЗАКУПКИ КАЗЁННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

И.Е. Астапов, Е.В. Зюбина
Новосибирский государственный университет экономики и управления
elenavik_z@mail.ru

Рассмотрены структура и динамика государственных закупок казённого учреждения, сформулированы основные проблемы контрактной системы закупок товаров, работ, услуг.
Ключевые слова: государственные (муниципальные) закупки, казённые учреждения.

Система государственных закупок представляет собой инструмент взаимодействия государственного (муниципального) сектор и частного сектора экономики. В роли заказчиков, заключающими контракты с субъектами экономики, могут выступать казенные учреждения.

Казенные учреждения полностью содержатся за счёт средств соответствующего бюджета на основе бюджетной сметы. Казенные учреждения могут оказывать услуги на возмездной основе, но полученные средства обязаны перечислять в соответствующий бюджет.

Изучим изменения расходов на закупки Муниципального казенного дошкольного образовательного учреждение города Новосибирска "Детский сад № 275 "Миша" (далее МКДОУ д/с № 275 «Миша»). Результаты анализа показаны на рисунке 1.

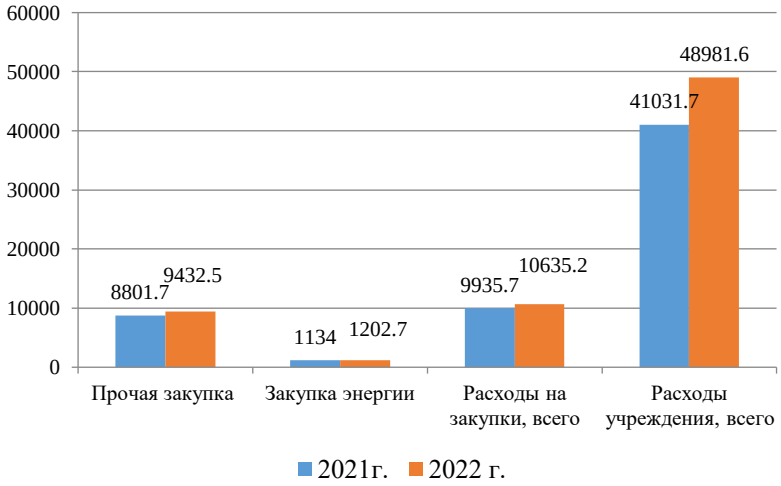


Рисунок 1 – Динамика расходов МКДОУ д\с № 275 «Миша» за 2021-2022 гг., тыс. руб.

Расходы учреждения в 2022 году стали больше на 7949860 тыс. руб., чем в 2021 году. Это произошло под влиянием ряда факторов, в том числе по причине расходов на закупку товаров, работ, услуг на 699530 тыс. руб. (на 7,04 %). Рост закупок связан не только с увеличением объема оказываемых услуг, но и с высоким уровнем инфляции в 2022 году, что отражается на стоимости заключаемых МКДОУ д\с № 275 «Миша» контрактов.

В структуре расходов казённого учреждения закупки занимают значительную долю. В 2021 году доля расходов на закупку товаров, работ, услуг составляла 24,21 %, в 2022 году их удельный вес уменьшился до 21,71 % за счёт снижения доли прочей закупки товаров, работ, услуг. При этом в абсолютном выражении этот показатель вырос 630 830 тыс. руб.

Можно обозначить основные проблемы, с которыми сталкиваются государственные (муниципальные) учреждения в сфере закупок:

1. Единая информационная система (ЕИС) подвержена частым техническим сбоем
2. Значительное количество изменений, ежегодно вносимых в Федеральный закон № 44-ФЗ. По этой причине в сфере закупок возникает проблема низкой квалификации специалистов,

занимающихся оформлением документации и заключением государственных (муниципальных) контрактов.

3. В целом в сфере закупок наблюдается недостаток специалистов.

Решение перечисленных проблем обеспечит дальнейшее развитие контрактной системы товаров, работ, услуг в нашей стране.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998. № 145-ФЗ – Режим доступа: http://www.consultant.ru/. (дата обращения 25.04.2023).
2. Единая информационная система в сфере закупок [Электронный ресурс] Режим доступа: https://zakupki.gov.ru/. (дата обращения 25.04.2023).
3. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд – Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ [Электронный ресурс] Режим доступа: www.consultant.ru. (дата обращения 25.04.2023).

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) УЧРЕЖДЕНИЯ

В.Л. Белоусова, Е.В.Зюбина

Новосибирский государственный университет экономики и управления
elenavik_z@mail.ru

Рассматриваются особенности финансирования автономных учреждений, структура поступлений и выплат автономного учреждения.

Ключевые слова: автономное учреждение, государственное (муниципальное) учреждение, поступления, выплаты.

Согласно нормам Гражданского кодекса РФ (часть 1, глава 4) государственные (муниципальные) учреждения в нашей стране создаются в форме бюджетных, автономных и казённых учреждений.

Предметом нашего исследования является деятельность автономных учреждений, которые осуществляют свою деятельность на

основе выданного государственного (муниципального) задания. Автономные учреждения финансируются за счёт предоставления субсидии на выполнение государственного (муниципального) задания. Кроме того, источниками финансирования могут быть иные субсидии, доходы от оказания платных услуг и иные поступления, которыми учреждение может распоряжаться самостоятельно.

Следует отметить, что автономные учреждения похожи с бюджетными учреждениями. Однако автономные учреждения по сравнению с бюджетными учреждениями имеют больше финансовой самостоятельности. В частности, автономные учреждения имеет право осуществлять операции с ценными бумагами, становится участником общества с ограниченной ответственностью, открывать счета в кредитных организациях и др. Таким образом, на законодательном уровне закреплены более широкие возможности привлечения денежных средств

Рассмотрим динамику и структуру поступлений и выплат государственного (муниципального) учреждения на примере Муниципального автономного учреждения дополнительного образования «Детский оздоровительно-образовательный центр «Огонек» города Улан-Удэ. Основным видом деятельности детского лагеря МАУ ДО «ДООЦ Огонек» является предоставление услуг по дополнительному образованию детей и взрослых.

Таблица 1 – Структура поступлений и выплат МАУ ДО «ДООЦ Огонек» города Улан-Удэ за 2021-2022 гг.

Показатель	За 2021 г., руб.	За 2022 г., руб.	Удельный вес, %		Темп прироста, %
			2021	2022	
Доходы, всего:	26 984 296	39 079 346	100,00	100,00	44,82
Доходы от оказания платных услуг (работ), компенсаций затрат (Собственные доходы учреждения)	8 228 218	14 263 080	30,49	36,50	73,34

Продолжение Таблицы 1

Показатель	За 2021 г., руб.	За 2022 г., руб.	Удельный вес, %		Темп прироста, %
			2021	2022	
Субсидии на выполнение государственного (муниципального) задания	17 335 054	19 106 759	64,24	48,89	10,22
Безвозмездные денежные поступления (Субсидии на иные цели)	1 421 024	5 709 507	5,27	14,61	301,79
Расходы, всего:	26 878 850	39 020 770	100,00	100,00	45,17
Затраты на закупку товаров, работ, услуг в целях капитального ремонта	1 470 276	3 594 509	5,47	9,21	144,48
Закупка товаров, работ, услуг для обеспечения государственных (муниципальных) нужд	10 103 352	17 993 146	37,59	45,96	77,50
Расходы на оплату труда	9 341 221	10 995 397	34,75	28,18	17,71
Уплата налогов и сборов	4 354 541	4 821 517	16,20	12,36	10,72
Закупка энергетических ресурсов	1 609 458	1 676 200	5,99	4,30	4,15

Результаты анализа показали, что в 2022 году по сравнению с 2021 годом наблюдается существенный рост доходов учреждения (на 44, 82 %). Увеличение поступлений произошло в большей степени за счёт роста безвозмездных поступлений (субсидий на иные цели). Данный вид дохода вырос более чем в 3 раза. Можно предположить, что эта субсидия выделена на осуществление капитального ремонта учреждения, так как одновременно увеличились расходы на закупку товаров, работ, услуг для капитального ремонта на 44, 48 %. Также более чем на 10 % увеличилась субсидия на выполнение муниципального задания.

Основным источником поступлений в МАУ ДО «ДООЦ Огонек» является субсидия, выделенная на выполнение муниципального задания, но доля этого источника финансовых ресурсов сократилась в 2022 году за счёт роста доли безвозмездных поступлений.

В структуре расходов учреждения преобладают расходы на закупку товаров, работ, услуг на нужды выполнения муниципального задания. Доля этих расходов за 2021-2022 гг. увеличилась. Вторым по значимости элементом расходов является расходы на оплату труда.

В заключении можно отметить, что в процессе планирования финансовой деятельности МАУ ДО «ДООЦ Огонек» использует различные методы и инструменты, такие как бюджетирование, прогнозирование, анализ и контроль. Эти методы позволяют учреждению оценивать текущее состояние финансовой деятельности, принимать решения о расходах и доходах, а также анализировать эффективность своей деятельности. Структура доходов и расходов учреждения в целом является типичной для государственных (муниципальных) учреждений, однако этот вывод требует подтверждения путём проведения анализа деятельности нескольких аналогичных учреждений.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения: 15.04.2023).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть 1) от 30.11.1994 № 51-ФЗ — URL: https://www.consultant.ru (дата обращения: 15.04.2023).

О ПОРЯДКЕ ИСЧИСЛЕНИЯ СТРАХОВЫХ ВЗНОСАХ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.Д. Войнич
Новосибирский государственный университет экономики и управления
alnvnch@mail.ru

Данная работа посвящена исследованию исчисления и уплаты страховых взносов. Особое внимание в работе уделено тому, какие изменения произошли с порядком исчисления и уплаты в 2023 году.
Ключевые слова: страховые взносы, исчисление, уплата, Социальный фонд России.

В научной работе рассмотрены изменения, произошедшие с порядком исчисления и уплаты страховых взносов с 1 января 2023 года. Объектом исследования являются страховые взносы, администрируемые налоговыми органами.

Под страховыми взносами понимаются обязательные платежи на обязательное пенсионное страхование, обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, на обязательное медицинское страхование, взимаемые с организаций и физических лиц в целях финансового обеспечения реализации прав застрахованных лиц на получение страхового обеспечения по соответствующему виду обязательного социального страхования.

С 1 января 2023 года Пенсионный фонд России (ПФР) и фонд Социального страхования (ФСС) были объединены в Единый социальный фонд России в целях оптимизации структуры ПФР и ФСС, централизации установления социальных выплат, а также сокращения существующих издержек на базе указанных фондов. Учредителем фонда от имени РФ выступает Правительство РФ.

Рассмотрим изменения, произошедшие благодаря объединению фондов в таблице 1.

Исходя из данных таблицы можно увидеть, что главной особенностью изменения порядка исчисления и уплаты страховых взносов с 2023 года является введение единого тарифа- 30%, соответственно страховые взносы теперь уплачиваются единым налоговым платежом, что облегчает задачу налогоплательщиков.

Таблица 1 – Анализ изменений порядка исчисления и уплаты страховых взносов за 2022-2023 г.

Наименование показателя	До 2023 г.	С 2023 г.
Количество фондов	1. Фонд Социального страхования 2. Федеральный фонд обязательного медицинского страхования 3. Пенсионный фонд России	1. Социальный фонд России 2. Федеральный фонд обязательного медицинского страхования
Тарифы страховых взносов	1.ОПС – 22% 2.ОМС – 5,1% 3.ОСС– 2,9%	1. Единый тариф – 30%
Размер предельной величины базы	Взносы на обязательное пенсионное страхование (ОПС) – 1 565 000 руб. в год, после достижения тариф – 10%. Взносы на обязательное социальное страхование (ОСС) – 1 032 000 руб. в год, после достижения, взносы не исчислялись. Взносов на обязательное медицинское страхование (ОМС) – предельная база не установлена. Предельный размер баз индексировался ежегодно.	Единая предельная база – 1 917 000 рублей (постановление Правительства от 25.11.2022 № 2143). Взносы с превышения базы нужно будет начислять по тарифу 15,1%. Предельный размер базы планируется индексировать ежегодно.
Сроки предоставления отчетности	Не позднее 30-го числа следующего календарного месяца.	Не позднее 25-го числа месяца, следующего за расчетным (отчетным) периодом.
Перечень застрахованных лиц	По гражданско-правовым договорам (ГПД) заказчики не платят взносы на обязательное социальное страхование (ОСС) — 2,9%. Взносы вносятся только на ОПС и ОМС.	По ГПД, как и по трудовым договорам, нужно платить взносы на все три вида страхования, объединенные единым тарифом, следовательно они вправе получать больничные пособия и пособия в связи с материнством (на отдельных условиях).

Размер предельной величины базы, естественно, также становится единой и на 2023 год составляет 1 917 000 рублей. Взносы с превышения базы нужно будет начислять по тарифу 15,1%. Предельный размер базы планируется индексировать ежегодно.

Также, безусловно, меняется и количество фондов, так как главной задачей объединения ПФР и ФСС является оптимизация фондов.

Перечень застрахованных лиц также изменился. Теперь заказчики, работающие по гражданско-правовому договору, уплачивают страховые взносы и на обязательное социальное страхование, соответственно, имеют право на больничные пособия и пособия в связи с материнством.

Существуют также и пониженные тарифы страховых взносов, о которых не было сказано ранее, и за теми плательщиками, которые применяли пониженные тарифы страховых взносов в 2022 году, было сохранено право использования льготных тарифов.

В соответствии со ст. 427 Налогового кодекса, в 2023 г. установлены три группы страхователей с пониженными страховыми взносами:

1. субъекты малого и среднего предпринимательства с выплат выше минимального размера оплаты труда (16 242 рубля) уплачивают страховые взносы по тарифу 15%;
2. резиденты территорий опережающего социально-экономического развития, IT-организации – по тарифу 7,6% в пределах базы, 0% свыше величины базы;
3. международные компании, получившие статус участников специальных административных районов, организации, выплачивающие вознаграждения членам экипажей судов, зарегистрированных в международном реестре судов – по тарифу 0%.

Таким образом, можно сделать вывод, что такая реформа как объединение фондов оказала большое воздействие на изменение порядка исчисления, уплаты и предоставления отчетности страховых взносов для повышения доступности услуг для граждан, соответственно необходимые услуги можно будет получить в одном месте. А для страхователей была упрощена задача – теперь нужно будет платить единый тариф страховых взносов.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117- ФЗ (ред. от 17.02.2021) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения 13.05.2023).

3. Отчеты о начислении и поступлении налогов, сборов, страховых взносов, и иных обязательных платежей [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба. Режим доступа: https://www.nalog.gov.ru/rn86/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения 13.05.2023).
4. Все про объединение ПФР и ФСС в 2023 году. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.glavbukh.ru/art/387513-vse-pro-obedinenie-pfr-i-fss-v-2023-godu-otchetnost-vznosy-posobiya (дата обращения: 14.05.2023)

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

И. О. Григорьев, Н. В. Колоскова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
igoraristo771@gmail.com

В данной работе исследованы факторы, определяющие конкурентоспособность коммерческих банков, выявлены причины данных проблем её повышения и возможные пути их решения. При анализе использованы макроэкономические данные, статистика банковского сектора за последние годы, сайты кредитных организаций.
Ключевые слова: конкурентоспособность банка, конкуренция, банковские услуги, банковские технологии.

В связи с происходящим «санкционным» кризисом финансовой системы иностранные банки покидают российский рынок, что должно было повысить конкурентоспособность российских банков. Однако тема повышения конкурентоспособности не сходит с повестки дня банковского сектора, является актуальной как никогда.

Для начала определим термин «банковская конкуренция». Это процесс соперничества коммерческих банков внутри сектора за наибольшее внимание и лояльность клиентов – физических и юридических лиц [2]. Соответственно, конкурентоспособностью можно считать ранг банка, полученный им по результатам такого участия. Самые конкурентоспособные банки имеют наибольшее число клиентов и наиболее высокие объёмы продаж на финансовом рынке. Первостепенное значение здесь имеет динамика развития банка, т.е.

темпы прироста его активов и портфелей (кредитного и депозитного, прежде всего), а также динамика числа постоянных клиентов. Существует психологическая оценка банков – так называемый «народный рейтинг», который показывает удовлетворённость клиентов банковским обслуживанием.

Одной из причин данной проблематики является наличие альтернативных финансовых институтов и предлагаемых ими инструментов. Например, финтех-компании предлагают более простые и удобные способы получения кредитов или же управления финансами, что делает традиционные услуги банков менее привлекательными для клиентов. Банковские продукты испытывают конкуренцию со стороны криптовалют и блокчейн-платежей, которые представляют собой новые способы хранения и передачи денежных средств [1]. Коммерческие банки наблюдают растущие требования клиентов к уровню обслуживания. В современном мире клиенты хотят получать услуги быстро, удобно и по разумной цене. Банки должны постоянно обновлять свои технологии и услуги, чтобы удовлетворять эти требования. Это трудно и дорого, особенно для малых и средних банков.

Конкуренция в сфере онлайн-банковского обслуживания в России быстро нарастает. Согласно отчету «РБК Research», к концу 2020 года у 12% взрослых россиян уже был открыт счёт в онлайн-банке, а к 2025 году доля таких клиентов может удвоиться. Это означает, что банки должны уделять больше внимания развитию технологий дистанционного банковского обслуживания, чтобы сохранять свою привлекательность для клиентов – вкладчиков и заёмщиков.

В России активно развивается кредитный кооперативный сектор, который представляет собой альтернативу банковскому сектору. Согласно отчету Научно-исследовательского института кредитных кооперативов, к концу 2020 года кредитными кооперативами были охвачены более 6 миллионов человек в России. Это может составить конкуренцию для коммерческих банков в сфере предоставления кредитов.

Другой причиной недостаточной конкурентоспособности банков является наличие ограничений, связанных с банковским надзором. Строгие регламенты и нормативы, которые банки должны выполнять, могут ограничивать возможности продвижения при внедрении новых услуг. Например, высокие требования к капиталу банков, частые изменения законодательства и регуляторных актов, а также проблемы с правомочностью судебных решений по банковским спорам – всё это отрицательно влияет на банковскую деятельность в рыночном аспекте.

Чтобы сохранить свою конкурентоспособность, банки должны активно искать новые способы улучшения своих услуг для удовлетворения растущих запросов клиентов. Банки должны постоянно улучшать свои бизнес-процессы и оптимизировать свою деятельность, чтобы снижать затраты и повышать рентабельность.

Таким образом, в России ситуация с конкурентоспособностью коммерческих банков имеет свои особенности, связанные с сокращением числа банков, увеличением концентрации капитала в банковском секторе, стремительным развитием онлайн-банкинга, ростом кредитного кооперативного сектора, бурным развитием национальной платёжной системы и её новых участников [2]. Для сохранения своей позиции на рынке банки должны уделять внимание развитию новых технологий и альтернативных сервисов, а также улучшать качество обслуживания и ценовые предложения для клиентов.

Для улучшения конкурентоспособности коммерческих банков в России, необходимо учитывать некоторые ключевые аспекты.

Во-первых, это развитие технологий и цифровизация банковского сектора. В условиях растущей конкуренции в сфере онлайн-обслуживания банки должны постоянно улучшать свои технологические возможности и предлагать клиентам новые цифровые сервисы. Это может включать в себя разработку мобильных приложений, улучшение системы интернет-банкинга, а также внедрение новых технологий, таких как блокчейн и искусственный интеллект.

Во-вторых, важно улучшить качество обслуживания клиентов. Банки должны обращать большее внимание на удовлетворенность клиентов и улучшение качества обслуживания. Это может включать в себя более гибкие условия кредитования, бесплатные услуги, такие как платежи и переводы, и улучшение работы контактных центров и отделений банков, рост квалификации персонала.

В-третьих, необходимо учитывать потребности рынка и изменения в экономической ситуации. Банки должны постоянно анализировать ситуацию на рынке и изменения в экономической среде, чтобы адаптироваться к новым требованиям и потребностям клиентов. Например, в условиях пандемии COVID-19 многие банки начали предоставлять более гибкие условия кредитования и перевода денежных средств, что помогло удержать клиентов и сохранить свою конкурентоспособность.

Исследование показало, что для повышения конкурентоспособности коммерческих банков необходимо учитывать предпочтение

потребителями инновационных банковских технологий, необходимость улучшения качества обслуживания клиентов, т.е. все это означает скорейшую и эффективную адаптацию к изменениям на рынке и в экономической среде [3].

Проведенный анализ состояния банковского сектора РФ показал бесспорное лидерство ПАО «Сбербанк» в конкуренции на рынке банковских услуг, как в инновационных продуктах и технологиях, так и в традиционном сегменте услуг. Это обусловлено большим отрывом Сбербанка от других банков по масштабам деятельности, географии охвата населения и предприятий, а также передовой технической оснащённостью. Всё это присуще Сбербанку в силу различных причин – от исторически сложившихся преимуществ (известный бренд, контрольное участие государства в капитале банка) и до его современных достижений в области современных банковских услуг.

Таким образом, конкурентоспособность коммерческих банков в России зависит от многих факторов, включая размер банка, количество филиалов, географию присутствия, качество предоставляемых услуг и уровень комиссий. Банки, которые учитывают все эти факторы в своей работе, имеют больше шансов на успешное развитие в будущем.

Список литературы

1. Банковский рынок России. Аналитический обзор от Банка России. 2022. – https://www.cbr.ru/analytics/bank_sector/
2. Колоскова Н.В. О состоянии конкуренции в банковской системе на современном этапе развития рыночной экономики // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. 2021. № 3(37). С. 51-67.
3. Российский банковский сектор: тенденции и перспективы развития: Аналитический обзор от АО «АЛОР+». 2022 – https://www.alorbroker.ru/openinfo/

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РФ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПУБЛИЧНЫХ ФИНАНСОВ

Е.К. Кузнецов, Е.М. Олексенко
Новосибирский государственный университет экономики и управления "НИНХ"
s_jul@mail.ru

В работе рассматриваются основные макроэкономические показатели Российской Федерации за 2019-2022 гг., состояние которых влияет на формирование публичных финансов. Выявлены основные факторы, вызывающие изменение макроэкономических показателей, а также проанализирована современная социально-экономическая ситуация РФ, которая складывается с учетом современной геополитической ситуации.

Ключевые слова: макроэкономические показатели, санкции, экономический рост, государственный бюджет.

На протяжении последних нескольких лет экономическая и политическая ситуация в Российской Федерации приводит не только к изменениям в макроэкономических показателях экономики и фактическим переменам в социальной сфере, но также оказывает влияние на стабильный рост экономики и развитие всех отраслей народного хозяйства.

Главная угроза, которая возникает в связи с санкциями, представляет собой снижение показателей экспорта, что неизбежно влечет за собой уменьшение доходов от продажи российских товаров и услуг. Сокращение объемов экспорта означает уменьшение доходов федерального бюджета, что приводит к нехватке ресурсов для развития экономики страны.

В 2022 году объем экспорта составил 591500 млн. долл. США, что на 19,9%, больше показателей 2021 года, тогда как в 2021 данный показатель составлял 45,7% относительно предшествующего [4].

Несмотря на отказ стран ЕС от значительного объема поставок продукции российского производства, ситуацию удалось выровнять за счет перенаправления поставок в страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

Что касается импорта, то за 2022 год импорт в РФ упал на 11,7% по сравнению с 2021 годом и составил 259,1 млрд. долл. [5].

В данной ситуации есть и положительная сторона, поскольку у России появляется стимул для развития собственного производства и науки.

Основным доказательством того, что сложная политическая и экономическая ситуация значительно отражается на формировании публичных финансов, является дефицит государственного бюджета за 2022 год. Дефицит составил 3350 млрд рублей, что, несомненно, отражается на выборе инструментов проведения бюджетно-налоговой политики государства (Таблица 1).

Таблица 1 - Основные макроэкономические показатели РФ

№	Макроэкономические показатели	Значения показателей по годам			
		2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
1.	Объем ВВП, млрд руб. (в текущих ценах)	109242	106967	130795	151455
2.	Уровень инфляции, в %	3,0	4,9	7,4	11,94
3.	Инвестиции в основной капитал, в млрд руб.	19329,0	20118,4	21526	27865
4.	Дефицит (-), профицит (+) бюджета, в млрд. руб.	+2115,3	-4294,2	+1045	-3350
5.	Расходы на национальную оборону, в млрд. руб.	2998,9	3170,7	3113,2	4679
6.	Расходы на здравоохранение, млрд. руб.	3789,7	4939,3	2780,3	4593,2
7.	Государственный внешний долг в млрд. долл.	455,1	491,4	470,1	380,5

Из-за наличия финансовых санкций, которые были введены для запрета притока иностранного капитала, возникла необходимость в привлечении денежных средств у населения государства и компаний. Они являются основными держателями государственных ценных бумаг, соответственно, происходит закономерное увеличение внутреннего государственного долга [1].

Большое значение имеет и отток капитала. По оценке Банка России, отток капитала из России за 2022 год составил 217 млрд. долларов. Однако прогноз по оттоку капитала из России был понижен с 124 до 68 млрд. долларов, что дает определенные положительные надежды [3].

Кроме вышеперечисленных факторов, также стоит уделить внимание формированию нефтегазовых доходов, составляющих значительную часть доходов федерального бюджета.

Так, по итогам 2022 увеличилась добыча нефти и газового конденсата в РФ, рост составил 2,1%, а в количественном выражение 534 млн т. Без газового конденсата, добыча нефти в России в 2022 г. составила 493 млн т, увеличившись на 1,2% в сравнении с 2021 г. [4].

На протяжении долгих лет Российская Федерация является ключевом поставщиком природных ресурсов на мировые рынки. Таким образом, государственный бюджет во многом зависит от мировых цен на нефть и газ, другие природные ресурсы.

В конечном итоге, основными факторами, оказывающими влияние на развитие экономики и формирование публичных финансов являются: снижение показателей импорта и экспорта, рост инфляции, дефицит федерального бюджета, сильное влияние мировых цен на природные ресурсы, их влияние на доходную часть бюджета, а также отток капитала за рубеж.

Список литературы

1. Коробейникова Е.В., Садыкова Л.М. Влияние санкций на экономическую безопасность России // АНИ: экономика и управление, 2019. – С. 215 – 218.
2. Шогенова Д.Х. Угрозы экономической безопасности России в условиях санкций // Экономика и бизнес: теория и практика, 2022. – С. 234-238.
3. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.cbr.ru/
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Росстат. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://rosstatgov.rn/statistics/accounts#.
5. Официальный сайт ФТС России [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://customs.gov.ru/

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ БЮДЖЕТА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ КОЭФФИЦИЕНТНОГО АНАЛИЗА

М.А. Суханова, Ю.В. Дюбанова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
cans154956@gmail.com

В работе на основе методики коэффициентного анализа осуществлена оценка состояния бюджета Новосибирской области, позволяющая сделать выводы об основных тенденциях его изменения. Бюджетный анализ дает возможность не только оценить текущее состояние основных характеристик бюджета, но и сделать выводы о его потенциале роста в будущем, что повышает эффективность управления государственными финансами в регионе.

Ключевые слова: региональный бюджет, Новосибирская область, доходы и расходы бюджетов, бюджетные коэффициенты.

Бюджет любого региона является важнейшей составляющей его роста и развития. Анализ бюджета дает ценную информацию о финансовом состоянии региона, дает представление о социально-экономических направлениях развития.

Анализ бюджета осуществляется с помощью бюджетных коэффициентов, которые позволяют сравнивать характеристики бюджета за различные периоды времени, сравнивать показатели бюджета конкретного региона с аналогичными показателями других регионов. С помощью этих инструментов и ряда приемов достигается объективизация в оценке состояния региональных бюджетов, а также выявляются факторы, влияющие на это состояние. В свою очередь, знание этих факторов и меры их влияния на бюджет позволяют определить причины негативных явлений в бюджетной сфере и более качественно разрабатывать мероприятия по их устранению.

Результаты расчетов представлены в таблице (см. Таблица 1).

Некоторые коэффициенты рассчитываются двумя способами из-за специфики учета доходов. В первом случае, безвозмездные поступления учитываются в составе доходов, а во втором нет.

Таблица 1 – Коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость бюджета Новосибирской области за 2018-2022 гг.

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Коэффициент соотношения безвозмездных перечислений и полученных доходов	0,20	0,28	0,54	0,46	0,42
Коэффициент бюджетной результативности территорий	43,95	44,81	45,27	58,62	52,15
	52,88	57,14	69,59	85,34	74,04
Коэффициент бюджетной задолженности	0,12	0,25	00,36	0,27	0,73
	0	0,04	0,02	0	0,62
Коэффициент бюджетного покрытия	0,88	0,75	0,64	0,73	0,27
	1,05	0,96	0,98	1,07	0,38
Коэффициент бюджетной обеспеченности населения	50,22	59,39	71,18	79,79	192,75

Исходя из данных представленных в таблице, можно сделать следующие выводы:

1. Всемирная пандемия COVID-19 увеличила сумму перечислений из федерального бюджета в структуре полученных налоговых и неналоговых доходов субъекта;
2. В связи со стремительным изменением экономических условий бюджетная задолженность Новосибирской области имеет тенденцию к росту;
3. Уровень бюджетных расходов на одного жителя региона также имеет восходящую динамику в связи с увеличением цен на товары;
4. Бюджет Новосибирской области находится в удовлетворительном состоянии. Многие показатели находятся в

пределах средних значений в сравнении с показателями других регионов за аналогичный период исследования.

Список литературы

1. Открытый бюджет Новосибирской области// Электронный ресурс// Режим доступа: https://openbudget.mfnso.ru/ (дата обращения: 01.05.2023).
2. Сумская Т.В. Анализ бюджетов субъектов Российской Федерации с помощью бюджетных коэффициентов // Вестник НГУЭУ. 2020. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-byudzhetov-subektov-rossiyskoy-federatsii-s-pomoschyu-byudzhetnyh-koeffitsientov (дата обращения: 01.05.2023).

СЕКЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ЦИФРОВЫХ РЕСУРСОВ

А.С. Аксенова, Е.П. Белобородова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
anastasi.axenova@yandex.ru, beloborodova2417@gmail.com

Тема налогообложения цифровых ресурсов становится все более актуальной в современном мире, где рост числа пользователей интернета и развитие технологий приводят к увеличению выручки компаний, работающих в интернет-сфере. В этой связи многие страны, включая Россию и зарубежные, рассматривают вопросы введения налога на цифровые услуги. Однако, вопросы налогообложения цифровых ресурсов до сих пор остаются открытыми и требуют дальнейшего обсуждения и урегулирования в рамках международных договоренностей.

Ключевые слова: экономика, налоги, налогообложение, цифровизация, электронная коммерция

Цифровая экономика — это экономическая система, в которой производство и распределение товаров и услуг основываются на использовании информационных технологий и цифровых средств передачи данных. Это включает в себя такие отрасли, как электронная коммерция, социальные сети, онлайн-сервисы и платформы, производство программного обеспечения и многое другое.

Одним из главных вопросов, связанных с успешным, эффективным и безопасным развитием цифровой экономики, является налогообложение. Некоторые компании, работающие в цифровой экономике, являются международными корпорациями и уклоняются от уплаты налогов в тех странах, где они получают прибыль. Это вызывает серьезные проблемы для государств. Именно поэтому многие страны принимают законы, направленные на регулирование налогообложения в цифровой экономике. Один из таких подходов - введение цифрового налога, который будет учитывать прибыль, полученную компаниями в Интернете. В то же время, некоторые эксперты предлагают другие решения, такие как пересмотр правил налогообложения международных компаний и введение обязательной отчетности о

доходах, полученных каждой компанией в разных странах, в которых она работает, но мы рассмотрим именно аспект введения цифрового налогообложения.[2]

В последнее время можно наблюдать некоторые тенденции, связанные с развитием налогообложения электронной коммерции:

1. *Введение «налога на цифру» (DigitalServicesTax)*. Это новый налог, который предлагается ввести на международном уровне и, который будет взиматься с крупных технологических компаний, которые не имеют постоянного присутствия на территории страны, но получают доходы от пользователей на этой территории. В России данный налог уже был утвержден в конце 2020 года (введен в 2021) Размер налога составляет 2% от выручки. За рубежом также ведется работа над введением этой идеи. Таким образом, налог на цифру становится актуальным вопросом в разных странах, и в рамках международных договоренностей может быть урегулирован в будущем во всём мире. [3]

2. *Принцип "налогообложения там, где происходит потребление"(destination principle)* - это форма налогообложения, при которой налоги начисляются в той стране, где происходит фактическое потребление товаров и услуг, а не в стране их производства или источника. Это означает, что товары и услуги, которые экспортируются в другие страны, облагаются налогом только в той стране, где они будут конечно потреблены, а не в стране их производства. Этот принцип налогообложения используется в международной торговле и является одним из способов снижения налогового давления на экспорт. Также этот принцип позволяет снизить вероятность двойного налогообложения и стимулирует трансграничную торговлю. Однако, применение данного принципа налогообложения может вызвать сложности в практическом применении, так как требует определения территории потребления и расчета налогов в каждой конкретной стране, что увеличивает объемы работы. Некоторые эксперты утверждают, что данный принцип может способствовать более эффективному распределению налогового бремени и поддерживать более справедливую систему налогообложения. Тем не менее, ввиду сложности реализации этого принципа, многие страны опираются на другие методы, например, налогообложение прибыли или дохода. [4]

3. *Установление требований к международным компаниям пооказанию помощи дружественному государству в сборе налогов.* Согласно плану действий ОЭСР (организация экономического сотрудничества и развития) по налогообложению в цифровой

экономике, международные компании будут обязаны сотрудничать в сборе налогов с государствами-участниками. Международные компании, осуществляющие свою деятельность в различных странах, должны соблюдать правовые нормы и установленные требования по сбору налогов в каждой из этих стран. В рамках этого процесса могут быть установлены следующие требования:

- Регистрация компании в соответствии с законодательством страны.
- Налоговая и иная отчетность компании должны быть представлены в соответствии с требованиями законодательства страны пребывания.
- Компании должны осуществлять сотрудничество(честное доведение налогоплательщиками до сведения налоговых органов всех имеющих значение для налогообложения обстоятельств их бизнеса) с налоговыми органами.
- Развитие процедур и методов борьбы с налоговыми злоупотреблениями.
- Соблюдение принципов корпоративной социальной ответственности. Компании должны соблюдать принципы корпоративной социальной ответственности в области налогообложения, не злоупотреблять налоговыми льготами и не осуществлять манипуляции с целью уклонения от уплаты налогов. [1]

Как мы видим из перечисленных выше тенденций, на сегодняшний день, в мире наблюдается рост интереса к налогообложению электронной коммерции и разработке новых механизмов налогообложения. Оно представляет собой новую форму налогообложения, имеет свои особенности и требует принятия специальных мер для его реализации.

Список литературы

1. Арямов А.А., Грачёва Ю.В., Чучаев А.И., Маликов С.В., Ольков С.Г., Правовое регулирование, 2019. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/nalogooblozhenie-oborota-tsifrovyh-aktivov/viewer]

2. Еремкин М.А., Правовое регулирование налогообложения цифровых услуг в европейских странах // Налоги и налогообложение, 2020. No 5. URL: [https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33606]

3. Kofler G., Sinnig J. Equalization Taxes and the EU's 'Digital Services Tax' // Intertax, 2019, vol. 47, iss. 2, pp. 176-200.

4. Трошкова Д.Н., Перспективы введения цифрового налога в РФ, 2023. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-vvedeniya-tsifrovogo-naloga-v-rossiyskoy-federatsii/viewer]

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ КРИПТОВАЛЮТ НА МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ В РОССИИ

Т. В. Бекенев, Т. А. Тропникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
tbekenev@inbox.ru

Рассмотрена взаимосвязь между криптовалютой на примере биткоина и основными макроэкономическими показателями: ВВП и инфляцией. Использованы методы сравнительного и корреляционного анализа.

Ключевые слова: криптовалюта, биткоин, макроэкономические показатели, ВВП, инфляция, корреляционный анализ.

Актуальность темы связана с влиянием криптовалюты, как альтернативы финансовой системе, на развитие платежных систем и экономические показатели, которые играют определенную роль в развитии экономики. Государство, как законодательный регулятор, регламентирует использование криптовалюты. Наиболее популярным среди криптовалют является биткоин, называемый «цифровым золотом», имеющий значительную капитализацию среди остальных криптовалют, составившую 48% в 2022 г.

Используя статистические данные официальных сайтов Росстата, Investing.com. [1; 2; 3; 4], был произведен сравнительный и корреляционный анализ (для определения наличия и степени связи между макроэкономическими показателями) за четыре квартала 2022 года (Таблица 1). Для расчета коэффициента корреляции Пирсона между курсом биткоина и ВВП России за год были использованы данные по курсу биткоина и ВВП России за четыре квартала. Рассчитано среднее значение курса биткоина - составило 27 045 долл., а среднее значение ВВП России - 38 108 млрд. рублей. Стандартное отклонение для курса биткоина равно 10 247 долл., а для ВВП России - 1 502 млрд. руб. Ковариация между курсом биткоина и ВВП России составила -4 129 533 долларов. Коэффициент корреляции Пирсона с

помощью соответствующей формулы (Таблица 1) составил -0.16. Это означает, что существует слабая отрицательная корреляция между курсом биткоина и ВВП России за исследуемый период.

Таблица 1. Расчет коэффициента Пирсона по данным макроэкономических показателей за 2022 год [1;2;3;4]

Наименование показателей	2022 год			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
ВВП, млрд.руб	36398,5	36540,2	38245,1	42251,4
Инфляция, в процентах	109,9	101,3	99,1	101,3
Биткоин, долл.	42403,9	29789,9	20923,1	18065,9

$r(x)(y) = \frac{cov(x,y)}{\sqrt{s(x)^2 s(y)^2}}$, где $r(x)(y)$
– значение коэффициента Пирсона, $cov(x,y)$
– ковариация между выборками x и y, $s(x)$ и $s(y)$
– стандартное отклонение для каждой выборки

Исходя из проведенных расчетов по данным за 2022 год, r(ВВП)(биткоин) равно -0.16, а r(инфляция)(биткоин) равно -0.249

По аналогии был произведен расчет коэффициента корреляции Пирсона между курсом биткоина и инфляции в России за год. Использованы данные по курсу биткоина и динамики индекса потребительских цен за период четырех кварталов: 42 403,9 долл., 29 789,9 долл., 20 923,1 долл. и 18 065,9 долл. за один биткоин соответственно и 109,95%, 101,33%, 99,14% и 101,33% соответственно. Рассчитаны среднее значение, стандартное отклонение и ковариация для двух выборок.

Так, среднее значение для курса биткоина составило 27 795,75 долл., а для индекса потребительских цен 102,19%. Стандартное отклонение для курса биткоина составило 10 987,77 долл., а для индекса потребительских цен - 4,14%. Ковариация между курсом биткоина и индексом потребительских цен составила -3 934,82 доллара*проценты. Рассчитан коэффициент корреляции Пирсона с помощью соответствующей формулы (Таблица 1), который составил -0.249. Это

означает, что существует слабая отрицательная корреляция между курсом биткоина и индексом потребительских цен в России за данный год.

По результатам исследования была обнаружена слабая отрицательная связь между курсом биткоина и ВВП России равная -0,16 по коэффициенту Пирсона. Так же была обнаружена слабая отрицательная связь между курсом биткоина и инфляцией в размере -0,249 по коэффициенту Пирсона. Несмотря на то, что связь между курсом биткоина и макроэкономическими показателями России была обнаружена, ее масштабы не являются существенными. Таким образом, биткоин не оказывает значительного влияния на экономику России и не должен быть запрещен. Однако, следует отметить, что в условиях роста геополитических напряжений между Россией и Западом, биткоин может стать альтернативным средством сбережения и защиты от инфляции.

Перспективы развития криптовалютного рынка в России. Россия, как и многие другие страны мира, столкнулась с возрастающим интересом к криптовалютам и влиянием инвестиционных программ на их развитие [5; 6]. Несмотря на то, что рынок криптовалют в России еще не достиг высокой популярности, его перспективы на рост оцениваются положительно.

Одной из перспектив развития криптовалютного рынка в России является совершенствование законодательного регулирования. В настоящее время правовая база, регулирующая криптовалюты, требует осмысления и дальнейшего развития, что, в свою очередь, будет способствовать увеличению доверия к ним со стороны инвесторов и бизнеса[7]. Другой перспективой развития криптовалютного рынка в России является увеличение его интеграции в мировой криптовалютный рынок, где криптовалюта является инновационной платежной единицей современной экономики[7; 8]. В частности, российские компании могут начать активно развивать и продвигать собственные криптовалюты на мировом рынке. Также перспективы развития криптовалютного рынка в России связаны с использованием криптовалюты в повседневной жизни, как удобный и безопасный способ оплаты за товары и услуги, а также в виде средства хранения сбережений.

Таким образом, использование данных статистики для корреляционного анализа позволило выявить слабую отрицательную корреляцию между курсом биткоина и макроэкономическими показателями, что говорит об отсутствии существенного влияния

криптовалюты на экономику России. Однако, геополитические факторы позволяют биткоину стать альтернативным средством сбережения и защиты от инфляции; дальнейшее развитие рынка криптовалют перспективно.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts# (дата обращения: 22.04.2023)
2. Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс]. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/price# (дата обращения: 22.04.2023)
3. StatSoft: [Электронный ресурс]. –URL: http://statistica.ru/glossary/general/korrelyatsionnyy-analiz/ (дата обращения: 22.04.2023)
4. Investing.com: [Электронный ресурс]. –URL: https://ru.investing.com/crypto/bitcoin/historical-data/ (дата обращения 22.04.2023)
5. Наумчик М.И., Заглумин В.К., Тропникова Т.А. Криптовалюта как платежная единица инновационной экономики// В сборнике избранных статей по материалам научных конференций ГНИИ «Нацразвитие». Материалы конференций ГНИИ «Нацразвитие». 2019. С.399-405.
6. Ушакова Н.Е. Криптовалюта и ее влияние на мировую экономику на примере Bitcoin // Вопросы управления. 2019. №1 (37). С. 57-64.
7. Наумчик М.И., Заглумин В.К., Тропникова Т.А. Криптовалюта как современная платежная единица инновационной экономики// В сборнике: Интеллектуальный потенциал Сибири. 27-я Региональная научная студенческая конфереция: сборник научных трудов. В 2-х частях. Под редакцией Д.О.Соколовой. 2019. С.88-91.
8. Щеголева Н. Г., Мальсагова Р. Г. Криптовалюты как вектор диджитализации мировой валютной системы: риски и тренды // Государственное управление. Электронный вестник. 2019. №74. [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kriptovalyuty-kak-vektor-didzhitalizatsii-mirovoy-valyutnoy-sistemy-riski-i-trendy (дата обращения: 04.05.2023).

ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

П.С. Бургела, Р.М. Шахнович
Сибирский университет потребительской кооперации
burgela2014@gmail.com

В работе рассматривается проблема трансформации сбережений населения в инвестиционные ресурсы, даётся оценка размеров таких ресурсов, раскрываются сложности в преобразовании потенциальных инвестиций в реальные инвестиции

Ключевые слова: сбережения, инвестиции, финансовые и нефинансовые активы населения

В экономике современной России одной из наиболее острых проблем является проблема инвестиционных ресурсов. является достаточно острой и трудноразрешимой.

При этом явно недооцененным и мало востребованным является потенциал, финансовых ресурсов, находящийся на руках домашних хозяйств. Мировой опыт демонстрирует, что наиболее устойчивыми инвестиционными ресурсами для банковской системы являются сбережения населения. В России на пути превращения сбережений населения в финансовые и реальные инвестиции возникает множество проблем: низкий уровень доходов населения и их существенная дифференциация, сбережения в иностранной валюте [1].

В экономической теории под сбережениями понимается та часть дохода, которую экономический субъект собирается потребить в будущем вместо того, чтобы потребить ее в настоящем.

К инвестициям относят денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [2].

Данные о финансовых активах домашних хозяйств, представленные в таблице 1, позволяют оценить в каких источниках население держит свои финансовые активы. Чтобы определить какой источник занимает большую долю хранения сбережений.

По приведенным данным можно сделать вывод, что большую часть своих накопленных сбережений население держит в депозитах банков. С 2018 года по 2022 год депозитные вклады значительно выросли.

Таблица 1 - Объем финансовых активов населения [3]

Показатели, млрд руб.	2018	2019	2020	2021	2022
Финансовые активы, всего	5 491	5958	7143	7333	11334
Наличная валюта	1 452	527	3680	1000	3620
Депозиты	2 238	3049	1 674	3582	4759
Долговые ценные бумаги	436	706	538	901	36
Акции	770	661	935	1 568	2 912
Страховые и пенсионные накопления	595	288	316	282	7

В России данный вид вкладов является не очень эффективным. Зачастую эти депозиты банки тратят на выдачу потребительских кредитов населению. Таким образом, банковские депозиты не самый лучший способ инвестирования сбережений населения.

Следует отметить, что вырос объём наличной валюты в сбережениях населения. Ее объем в 2018 году был 1 452 млрд руб., а в 2022 году составил 3 620 млрд руб. Это свидетельствует о том, что россияне не уверены в том, что власти будут проводить стабильную денежную политику в ближайшем будущем.

Следует иметь в виду, что такой вид сбережений не является надежным из-за высокого уровня инфляции, непредвиденных трат, которые уменьшают реальную сумму сбережений.

Для того, чтобы определить динамику объема сбережений вычтем из суммы финансовых активов текущего года сумму финансовых активов предыдущего года. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Динамика объема сбережений населения в финансовых активах, млрд руб. (рассчитано по [3])

Год	Финансовые активы	Сбережения
2018	5 491	-
2019	5 958	467
2020	7 143	1 185
2021	7 333	190
2022	11 334	5 267

Можно сделать вывод, что сбережения населения подвержены существенным колебаниям: в 2019 году составили 467 млрд руб., в 2020 году - 1 185 млрд руб., в 2021 году- 190 млрд руб., а в 2022 году - 5 267 млрд руб.

В таблице 3 представлены инвестиционные ресурсы населения и рассчитана доля вложений в нефинансовые активы в инвестиционных ресурсах населения.

Таблица 3 - Вложения населения в нефинансовые активы в инвестиционных ресурсах населения России (рассчитано по [3])

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Общие инвестиции населения, млрд руб.	9 152,1	13 897,2	17 782,0	19 329,0	20 118,4
Финансовые активы, млрд руб.	5 491,0	5 958,0	7 143,0	7 333,0	11 334,0
Сумма вложений населения в нефинансовые активы , млрд руб.	3 661,1	7 939,2	10 639,0	11 996,0	8 784,4
Доля вложений населения в нефинансовые активы в общих инвестициях, %	60,0	42,9	40,2	37,9	56,3

По результатам расчетов можно сделать вывод о неустойчивости доли вложений населения в нефинансовые активы в общих инвестициях: в 2018 году доля сбережений населения в общих инвестициях составляла 60,0%, в 2019 году - 42,9%, что на 17,1% меньше, чем в 2018 году. В 2020 году уменьшилась на 2,7% по сравнению с 2019 годом и составила 40,2 % от общих инвестиций. В 2021 году доля сбережений уменьшилась на 2,3% по сравнению с 2020 годом и составила 37,9%, а в 2022 выросла на 18,4% по сравнению с 2021 годом и составила 56,3%, но остались меньше, чем в 2018 году.

На наш взгляд, данное снижение доли вложений населения в нефинансовые активы в общих инвестициях в течение рассматриваемого периода обусловлено жесткими санкциями и неустойчивым финансовым и экономическим положением страны на данный момент. Именно поэтому люди опасаются вкладывать свои накопленные сбережения в реальные инвестиции.

Однако на протяжении последних лет сумма сбережений в финансовые активы с каждым годом возрастала в абсолютном

значении, что показывает определенное доверие населения банкам страны.

Список литературы

1. Шапкин, А.С., Управление портфелем инвестиций ценных бумаг / А.С. Шапкин. – 6-е изд. – М: Дашков и К, 2021. - 205с.
2. Акулов, В.Б., Макроэкономика / В.Б. Акулов. – М: ИЛ, 2016. - 208 с.
3. Федеральная служба государственной статистики https://rosstat.gov.ru/.

УРОВЕНЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КАК КРИТЕРИЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ ЦВЕТНОЙ МЕТАЛЛУРГИИ

Л.М. Рерих, Е.О. Дорофеев, О.А. Линд
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
rl_nsk@ngs.ru

В работе исследованы закономерности развития отрасли цветной металлургии с учетом ее инновационной вовлеченности, интеграции, воздействия на развитие смежных отраслей. Определены факторы, влияющие на экономическую стабильность предприятий отрасли, проведен сравнительный анализ экономической устойчивости шести крупнейших российских холдингов цветной металлургии, сделаны обоснованные выводы о перспективности инвестиционных вложений в отдельные компании, их инвестиционной привлекательности.

Ключевые слова: экономическая устойчивость, инвестирование, инвестиционная привлекательность, индикатор экономической устойчивости, благонадежные компании.

Принятие инвестиционных решений непосредственно связано с принятием определенных рисков, что находит отражение в реализуемых стратегиях экономических субъектов. Этим объясняется спрос на выявление благонадежных компаний для инвестирования и обоснованный выбор перспективных компаний с точки зрения финансовой или экономической устойчивости [3].

Многие годы Россия занимает лидирующие места в рейтинге по добыче металлических руд, результативности деятельности

предприятий цветной металлургии. На цветную металлургию, как часть минерально-сырьевого сектора, приходится более 2% ВВП страны [1]. Тем самым вложения в данную отрасль, на фоне роста цен на цветные и драгоценные металлы, приобретают стабильную и надежную форму хранения капитала.

Главными потребителями инноваций становятся развивающиеся бизнес-структуры в этой области, поэтому для осмысления возможностей роста, повышения конкурентоспособности отрасли в целом, необходимо проводить оценку экономической устойчивости хозяйствующего субъекта. Это позволит предпринимателям понимать положение конкурентов (и свое в том числе) на рынке, а государственным органам результативно использовать бюджетные ресурсы. Важно определить факторы и степень их влияния на функционирование металлургических компаний.

В данном исследовании нами установлено, что при размещении предприятий данной отрасли важно учитывать три основных фактора: энергетический, сырьевой и экологический. К основным факторам, влияющим на функционирование и экономическую устойчивость компаний, относятся: материалоемкость продукции, энергоемкость процессов, сильная зависимость смежных отраслей, наличие специфичного цикла отрасли: «Наука-Инновации-Производство».

Немаловажными составляющими достаточного уровня информационного представления о надежности компании, а равно и большой привлекательности для инвесторов является высокое положение уровня экономической устойчивости. На рисунке 1 в схематичном виде приведены критерии оценки экономической устойчивости, компании.



Рисунок 1 – Критерии оценки экономической эффективности компании

В этом исследовании для анализа и оценки уровня экономической устойчивости металлургических компаний была применена методика

И.С. Иванникова, которая базируется на математическом вычислении показателя, отражающего сбалансированность структуры активов и пассивов организации. Более детально работу данного алгоритма можно проследить в схематичном виде на рисунке 2. О практическом применении подробно изложено в работах авторов [3,4]. Проранжировав активы по степени ликвидности (1 этап) и пассивы по срокам их погашения (2), при помощи вычисления разницы между этими группами (3), расчета суммы нарастающим итогом (4) и итоговой суммы (5), определяем величину среднего покрытия (6) и, в итоге, получаем индикатор экономической устойчивости в процентном представлении (7 этап).

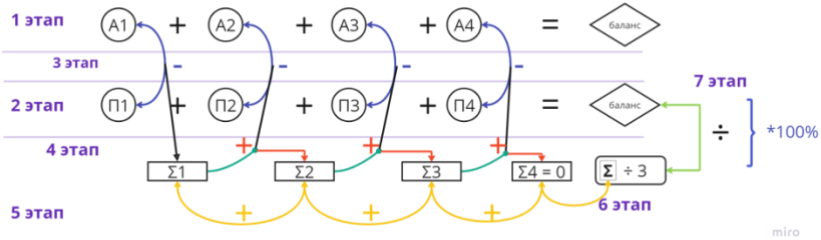


Рисунок 2 – Схема расчета уровня экономической устойчивости компании

Нами проведены расчеты индикаторов экономической устойчивости по шести крупнейшим российским концернам по производству продукции из цветных металлов. Результаты расчетов представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Индикаторы экономической устойчивости для организаций отрасли цветной металлургии

Год	РУСАЛ	НОРНИКЕЛЬ	НОК	УГМК	ВСМПО-АВИСМА
2019	-24,08%	97,99%	-10,89%	-21,10%	-0,22%
2020	-19,86%	97,33%	-17,70%	-25,11%	15,14%
2021	-7,10%	95,26%	-18,71%	-19,10%	2,34%

На основе проведенных расчетов индикаторов экономической устойчивости в таблице 1, можно диагностировать хороший уровень экономической устойчивости компании и проследить положительную

динамику в наращивании активов и пассивов в условиях ограничений рынка у ПАО «ГМК» «Норильский никель». Эту компанию можно рассматривать в качестве идеального примера устойчивого и поступательного развития на основе сбалансированного формирования активов и пассивов на протяжении значительного периода времени. Это подтверждает высокое значение индикатора экономической устойчивости (близкое к 100%) и нарастающая динамика этого показателя. Можно утверждать, что повышение уровня экономической устойчивости организаций положительно отражается на инвестиционной привлекательности компаний, что позволит привлекать дополнительные инвестиции, тем самым развивать экономическую, социальную и другие сферы жизнедеятельности.

Список литературы

1. Агалакова А.В. Современное состояние и особенности деятельности предприятий цветной металлургии // Наука и образование сегодня. 2017. № 6 (17) [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL:https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-osobennosti-deyatelnosti-predpriyatiy-tsvetnoy-metallurgii (дата обращения: 15.04.2023).
2. Аликанкин А.С. Влияние особенностей металлургического производства на организацию систем взаимодействия предпринимательских структур // Вестник ТГУ. 2011. №7 [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-osobennostey-metallurgicheskogo-proizvodstva-na-organizatsiyu-sistem-vzaimodeystviya-predprinimatelskih-struktur (дата обращения: 19.04.2023).
4. Дорофеев Е. О., Линд О.А., Попов В.Е. Использование алгоритма выявления финансово благонадежных организаций для оценки экономической стабильности (на примере предприятий дорожного строительства) // Наука. Технологии. Инновации: Сборник научных трудов XVI Всероссийской научной конференции молодых ученых. В 11-ти частях, / Под редакцией А.С. Казьминой. Том Часть 7. – Новосибирск, 2022. – С. 462-466.
5. Иванников И.С. Универсальный показатель финансового состояния организации / И.С. Иванников // Экономика и предпринимательство. – 2015. N 9–2. – С. 1154–1159.

СОЗДАНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПОНЧИКОВОЙ С КРЕАТИВНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ

К.А. Кузнецова, Г.Т.Супатаева
Новосибирский государственный университет экономики и управления
kirakuznetsova1205@mail.ru

Рассматривается идея создания молодежной пончиковой с креативным пространством, с проведением тематических мероприятий для посетителей: киновечера, мастер-классы, тренинги, концерты и т.д. Описываются основные цели, задачи проекта, конкурентные преимущества на рынке общественного питания, а также планы открытия пончиковой в июне 2023 года.

Ключевые слова: развитие сферы общественного питания, молодёжное предпринимательство, пенсионные потребности, пенсионный накопительный баланс

В современных условиях все больше людей предпочитают питаться вне дома. По этой причине общепит занимает особое место среди всех в сфере услуг. Сегодня появляются новые технологии обработки продуктов питания, развиваются средства коммуникации, способы доставки сырья и т.д. К тому же, развитие сферы общественного питания позволяет интересно использовать свободное время, организовывать досуг, в наше время это считается значимым фактором для населения, в особенности для молодежи.

В 2022 году темпы роста общественного питания в Сибири превысили общероссийские показатели почти в два раза [1]. Толчок к развитию общепита в Сибири дал сервис доставки готовой еды.

Более 58% российской молодежи не привыкли бесцельно проводить время, они заняты поиском полезных вариантов времяпрепровождения, возможностей саморазвития. Эта тенденция особо укрепляется в последние годы [2].

Обозначенное выше подтолкнуло к идее создания молодежной пончиковой с креативным пространством, на площадке планируется проведение тематических мероприятий для посетителей: киновечера, мастер-классы, тренинги, концерты и т.д.

В России производство пончиков фактически исчезло после распада СССР. А ранее люди покупали пончики на вес. Пончик – простой и удобный перекус. Но в начале 90-х экономический кризис заставил закрыться пекарни, что и привело к отсутствию данного товара на время.

На данный момент в нише с пончиками существует немного крупных брендов. В основном это зарубежные компании, например, «Dankin Donats» и «DonutKing», но они отсутствуют на Новосибирском рынке.

Предприятие общественного питания планируется зарегистрировать в форме ИП.

Открытие пончиковой планируется в центре города, вблизи метро, офисных зданий, мест отдыха горожан, учебных заведений. В заведении будет представлен широкий ассортимент продукции. Изюминка пончиковой - авторские пончики с различным дизайном и упаковкой.

Цель проекта – за два месяца, не превышая бюджет 2 млн руб., открыть пончиковую «Киркоушкин» в центральном районе г. Новосибирска и выйти на доход 200 тыс. руб. в месяц, выполняя основную миссию компании.

Целевая аудитория – молодежь. Разрабатывается система накопления бонусов и баллов, которая позволит впоследствии покупать продукты со скидкой, получать товар бесплатно и принимать участие в тематических мероприятиях на регулярной основе.

Охарактеризуем масштаб рынка: в Новосибирске на 2023 год проживает 1 625 600 человек,2. Предполагаемая аудитория: люди возраста 14-44 лет – это около 550 000 человек, порядка 229 заведений в городе удовлетворяют схожие потребности. Средний чек в подобных заведениях равен 317,5 рублям, средняя периодичность посещения 5 раз в месяц, следовательно, в первом приближении емкость Новосибирского рынка составляет около 873 млн руб. в месяц, что говорит о привлекательности данного рынка. При этом очевидно, что доля на данном рынке не может быть существенной, так как он является высоко конкурентным.

Конкурентные преимущества:

1. Клиентоориентированность.
2. Система накопления бонусных баллов, скидки.
3. Удобное расположение.
4. Уникальный ассортимент.
5. Интересная организация досуга.

План развития «Киркоушкин» включает следующие этапы:

1. Подготовка помещения к открытию: проведение ремонтных работ, завоз предметов интерьера, рекламных баннеров, брендированных объектов декора, мебели, техники.
2. Работа с маркетологом. Предварительная рекламная компания перед открытием.
3. Постоянное расширение ассортимента, акции и скидки.

4. Проведение мастер-классов по сервису и обслуживанию с сотрудниками. Регулярная проверка и улучшение знаний в сфере торговли.

5. На протяжении всего периода деятельности непрестанное развитие, реклама, ориентир на расширение бизнеса.

Осуществление плана развития «Киркоушкин» приведет к решению Осуществление плана развития «Киркоушкин» приведет к решению следующих задач:

1. Обеспечение устойчивого развития компании.
2. Формирование сегмента лояльных постоянных посетителей.
3. Создание новых рабочих мест.
4. Выход на лидирующие позиции в сфере розничной торговли.

Себестоимость одного жареного пончика составляет 52 рубля, авторского - 78 рублей. Себестоимость напитков варьируется от 20 до 60 рублей. Первые три месяца планируется введение 11 позиций пончиков и 7 позиций напитков.

Для открытия пончиковой потребуется 2 млн руб., из которых 350 тыс. руб. – государственная субсидия на развитие малого бизнеса, а 1 млн 650 тыс. руб. – средства инвесторов.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что открытие пончиковой «Киркоушкин», является целесообразным, проект окупится. Период окупаемости составит 13 месяцев при величине средней прибыли в месяц на уровне 153619 руб.

Список литературы

1. Рязанов, А. Сибирский общепит в 2022 году показал рекордные темпы роста. — Текст: электронный // infopro54 : [сайт]. — URL: https://infopro54.ru/news/sibirskij-obshhepit-v-2022-godu-pokazal-rekordnye-tempy-rosta/(дата обращения: 15.04.2023).
2. Севастьянов, Н. С. Досуговая сфера в пространстве города / Н. С. Севастьянов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 14 (356). — С. 290-294.

РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА КОМПАНИЙ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА

А.В. Кузьмина, Ю.С. Пьянова, Ю.В. Ануфриева
Сибирский государственный университет путей сообщения
kuzmina.av12@gmail.com

В исследовании основной целью было изучение опыта мотивации и стимулирования персонала компании в сфере производства для их сравнения. В исследовании принимали участие сотрудники «Копейского машиностроительного завода». Мы обнаружили сильные и слабые стороны компаний, привели примеры решений некоторых задач и смогли понять, что компаниям необходимо для усовершенствования системы стимулирования и мотивации.
Ключевые слова: опыт мотивации, система стимулирования, персонал, отечественная компания, зарубежная компания.

В проведенном исследовании мы сравниваем отечественный «Копейский машиностроительный завод» и зарубежную компанию «Komatsu», их опыт мотивации и методы стимулирования персонала компании в сфере производства, что поможет выявить в каких направлениях необходима работа по улучшению мотивации и стимулирования персонала отечественной компании. В рамках теоретических и практических направлений управления персоналом рассматривается вопрос о мотивации персонала. Много научных работ посвящено разработке фундаментальных положений в области мотивации персонала. Данными исследованиями занимались такие зарубежные исследователи, как Ф. Тейлор, А. Файоль, А. Маслоу, Ф. Герцберг и др.[1] Нам удалось изучить некоторые теоретические и практических аспекты мотивации персонала, как инструмента стимулирования конкурентоспособности отечественных и зарубежных компаний. В ходе исследования мы проанализировали систему стимулирования и мотивации компаний «Komatsu» и «Копейского машиностроительного завода». Это помогло нам сравнить и выявить приемущественные и проигрышные стороны компаний, созданные для адаптации и мотивации персонала. Для проведения исследований были использованы следующие методы: 1) психодиагностика; 2) анкетирование, 3) наблюдение и 4) сравнение. 6) индукция. Необходимо было выяснить насколько сотрудники компании мотивированы на эффективную работу (прохождение анкеты в «Google Forms», численностью двадцать респондентов). Помимо теоретического

сравнения мы предложили варианты разработки и усовершенствования системы мотивации персонала и разработали собственную систему стимулирования с учетом недостатков компаний.

В результате проведенного исследования сделаны следующие выводы и рекомендации:

1) Отечественные компании должны уделять внимание профессиональному и личностному развитию своих сотрудников, а компаниям с иностранным капиталом рекомендуется диверсифицировать рабочую инфраструктуру;

2) Эффективная мотивация - это способность менеджеров "зажечь" свои команды, что наблюдалось в обеих организациях;

3) Сотрудники как отечественных, так и зарубежных компаний недостаточно мотивированы, рекомендуется улучшить системы стимулирования, чтобы повысить качество работы сотрудников;

4) Внутрифирменные ценности, установки и миссия компании являются факторами, которые мотивируют и объединяют сотрудников в обеих компаниях (приоритет отдается отечественным компаниям);

5) Для более эффективного взаимодействия между сотрудниками поощряется создание команды, взаимная поддержка, формирование командного духа и корпоративной культуры, участие в совместном принятии решений и совместное выполнение задач (приоритет для иностранных компаний);

6) Сотрудникам, обладающим потенциалом и желанием расти и развиваться, следует предоставлять возможности для самореализации. должны быть предоставлены возможности для самореализации (приоритет отдается отечественным предприятиям). [3]

Список литературы

1. Самоукина М.В., Эффективная мотивация персонала. – М.:Вершина 2006. – 224 с.
2. Окнянская, А. А. Роль мотивации в системе управления персоналом в современных условиях / А. А. Окнянская // Форум. Серия: Гуманитарные и экономические науки. – 2021. – № 2(22). – С. 156-163.
3. Бутусова, А. А. Опыт реализации социальной ответственности бизнеса в зарубежных странах и возможности его применения в России / А. А. Бутусова // Актуальные проблемы общества, науки и образования: современное состояние и перспективы развития : материалы 111 Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. Ю. В. Фурмана, Т. Б. Белозеровой, Е. П. Непочатых. — М. : Перо, 2016.

ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ КАК ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ВУЗОВ РОССИИ

А.С. Мацепуро, О.М. Пальчикова, Я.Р. Плонская,Т.А. Тропникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
anastasiamacepuro151@gmail.com

Рассмотрена тенденция цифровизации образования, связанная с процессом активного внедрения в образование технологий дистанционного обучения. Расширен доступ к многочисленным электронным библиотекам, онлайн – конференциям, дистанционным встречам, лекциям и удаленным базам данных
Ключевые слова: цифровизация, онлайн-образование, дистанционное обучение.

Актуальность данной темы обусловлена развитием онлайн образования и широким использованием обучающих интернет-платформ [1; 2; 3]. Благодаря специальным обучающим интернет-платформам пользователи получают возможность определять и выбирать себе наиболее подходящее время для обучения. Обучающиеся изучают лекционные научные материалы, дистанционно принимают задания для домашнего выполнения и своевременно отправляют их на проверку преподавателям. Данный метод обучения обрел статус дистанционного онлайн-образования.

Онлайн-образование, как сложная концепция развития онлайн обучения, набирает популярность в современном мире. Так, по данным European University Association (EUA, 2015-2020 гг.), 49% вузов имеют стратегию развития онлайн образования, 26% вузов разрабатывают стратегию развития онлайн обучения студентов. Факторами, влияющими на развитие данного образовательного направления, является государственное регулирование, с одной стороны. Внутренняя готовность образовательной среды российских университетов к расширению использования онлайн платформ, с другой. Причины популярности онлайн-образования среди студентов:

1. Возможность обучаться студентам из любой точки России;
3. Возможность для студентов с ограниченными возможностями обучаться в комфортных условиях;
4. Упрощенные механизмы взаимодействия студента с преподавателем;
5. Возможность получения дополнительного образования;

6. Низкая цена онлайн-образования по сравнению с очным;
7. Быстрое изменение направлений обучения онлайн-образования в связи с изменениями в мире[4; 5].

«Международный опыт свидетельствует о появлении значительного количества новых технологий обучения» [3, С.137]. Анализ готовности студентов к обучению на онлайн-платформах, показывает растущий интерес не только студенческой аудитории, но и граждан различных возрастов к использованию платформ и массовых открытых онлайн курсов (МООК) в образовательных целях [3; 4; 5]. Опросы НИУ «ВШЭ», проведенные среди возрастной категории от 15 до 64 лет, с целью выявления возможностей и готовности обучаться с использованием онлайн-технологий показали, что 34% опрошенных готовы к данному непрерывному образовательному процессу.

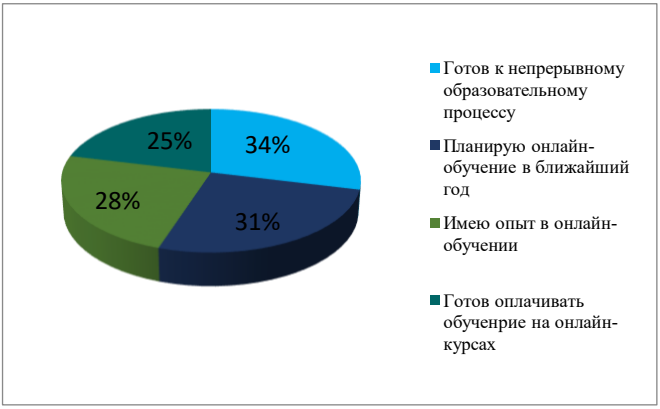


Рисунок 1 – Процент готовности обучения на онлайн платформах [1]

Планируют онлайн-обучение 31% опрошенных. Опыт онлайн-обучения имеют 28%; оплачивать онлайн обучение готовы 25% опрошенных (см. рисунок 1). Общий условно доступный объем рынка онлайн-обучения составил 177,8 млрд. руб. в 2022 году [1; 2].

По данным «Ведомостей» и «Бизнес Ньюс Медиа», топ лидерами онлайн-платформ, представляющих возможность студентам осуществлять дистанционное образования, являются Skillbox, Geekbrains, Skillfactory, Mentorama, Lerna; выручка за 2022 г. составила 10,59 млрд.руб. (Таблица 1).

Таблица 1 – Топ лидеры образовательных онлайн-платформ[2;3]

№	Компания	Выручка (млрд руб.) 2022 год
1	Skillbox Holding Limited (Skillbox, Geekbrains, Skillfactory, Mentorama, Lerna)	10,59
2	Группа компаний Skyeng (Skyeng, Skysmart, Skypro)	9,745
3	Яндекс.Практикум	5,57
4	Like Центр	5,255
5	Учи.ру	3,298
6	NovaKid	3,17
7	Умскул	2,97
8	Фоксфорд	2,862
9	Нетология	2,813
10	Компьютерная академия ТОР	2,81
	Итого:	87,81063

Для российских университетов, для НГУЭУ, в частности, возможности по усовершенствованию онлайн-образования состоят, например, в использовании онлайн-игр и симуляторов:

1. Онлайн-игры. Студенту предлагается игра, которая разработана для обучающихся конкретного направления. Студенту во время игры предлагается ответить на вопросы, пройти небольшие викторины, которые непосредственно связаны с его будущей профессией. Также в игре представлена система рейтингов. Это будет мотивировать студента больше заниматься, чтобы впоследствии подняться в «топ» рейтинга. Игры помогут студентам запоминать материал, который представлен в более упрощенном формате.
2. Симулятор – среда, которая помогает студенту погрузиться в атмосферу его будущей профессии, что предоставляет возможность глубже изучить свою специальность. Визуализация помогает студенту более наглядно изучить данную ему тему. Студент погружается в свою профессию уже как квалифицированный специалист, что заставляет его принимать более обдуманные решения. После прохождения темы студент уже имеет представление о специфике его работы, он понимает какие ситуации могут произойти с ним в процессе трудовой деятельности.

В качестве реального опыта онлайн-образования в НГУЭУ используются интерактивные лекции по микро-, макроэкономике, курсы на образовательных платформах (например, Stepik.org),

проводимые высококвалифицированными специалистами, что даёт возможность студентам изучить несколько направлений.

Таким образом, перспективы развития онлайн образования в университетах России связаны с дальнейшей цифровизацией, возможностью использования разных технологий обучения, для повышения квалификации, использовании онлайн площадок для профориентации, подготовки и проведению олимпиад.

Список литературы

1. Объем рынка онлайн-образования России (2021-2022) PAM-TAM-SAM-SOM [Электронный ресурс]. URL: https://vc.ru/marketing/458127-obem-rynka-onlayn-obrazovaniya-rossii-2021-2022-pam-tam-sam-som?ysclid=lgnjhnng72925831098 (Дата обращения: 26.04.2023)
2. Онлайн-образование (Рынок России). Tadviser URL: https://www.tadviser.ru/index.php (Дата обращения: 26.04.2023)
3. Тропникова, В.В. Эффективность использования новых технологий в обучении (анализ зарубежных подходов)/ Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2020. - №6(212). – С.131-141.
4. Цифровая экономика и онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия /Материалы Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 26 мая 2022 (с. 77-81, с. 111-116, с. 116-120) [Электронный ресурс]. URL: https://kimp.usue.ru/sobytiya/901-tsifrovaya-ekonomika-i-onlajn-obrazovanie-klyuchevye-trendy-i-prepyatstviya/
5. Кузнецов Н. В. Онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия // E-Management. 2019. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/onlayn-obrazovanie-klyuchevye-trendy-i-prepyatstviya (дата обращения: 04.05.2023).

ВЛИЯНИЕ МНОГОЗАДАЧНОСТИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

К.Д. Мочалова, А.В. Шмаков
Новосибирский государственный технический университет
baevaksenia2014@gmail.com

В современном мире ценится качественная работа, выполненная в минимальные сроки. Как следствие – люди начинают объединять

действия, стремясь тем самым экономить время. Действительно ли такая деятельность минимизирует затраты времени? В рамках работы была проведена экспериментальная оценка влияния режима многозадачности на эффективность трудовой деятельности.
Ключевые слова: многозадачность, эффективность.

Многозадачность – это комбинирование действий при одновременной реализации нескольких процессов. Часто люди, стремясь сэкономить время, пытаются выполнять несколько задач одновременно. В результате они часто не успевают выполнить все запланированное в срок, совершая при этом множество ошибок.

В работе проводится проверка следующих гипотез:

1. Многозадачность оказывает негативное влияние на эффективность деятельности.
2. Негативное влияние режима многозадачности на женщин проявляется в меньшей степени, чем на мужчин.

Проверка гипотез может помочь развитию научно обоснованного подхода к эффективной организации трудовых процессов.

Теоретическим основанием для выдвижения первой гипотезы стали многочисленные научные исследования. Г. Уилсон в ходе эксперимента показал снижение показателя IQ у людей, выполняющих работу в режиме многозадачности. При этом наиболее сильное снижение наблюдалось у мужчин [1]. К. Лох и Р. Канаи провели исследование, показывающее, что люди, использующие несколько мультимедийных устройств одновременно, хуже справляются с задачами когнитивного контроля и испытывают больше социально-эмоциональных проблем. Выяснилось, что работа в режиме многозадачности вызывает изменение структуры мозга [2]. Д. М. Санбонмацу и Д. Л. Стрейер доказали, что лишь 2% населения способно эффективно выполнять более одной задачи одновременно [3].

Основанием для второго предположения является исторический опыт. В традиционном обществе женщины занимались ведением домашнего хозяйства. В результате в процессе эволюции у них развились способности к многозадачности, необходимые для решения бытовых задач. Данное предположение подтверждают исследования биологов. Р. Верма обнаружил, что у женщин лучше развиты межполушарные связи, а у мужчин – внутриполушарные [4]. С. В. Купцова и М. Иванова провели эксперимент с использованием томографа и обнаружили, что женщины быстрее справляются с переходом от одной задачи к другой. Мозг мужчин при выполнении данных действий потребляет больше энергии [5].

При этом обозначенные вопросы остаются не до конца исследованными. С целью проверки поставленных гипотез было проведено данное экспериментальное исследование.

По состоянию на 07.05.2023 в эксперименте приняли участие 85 респондентов-добровольцев из числа студентов города Новосибирска в возрасте от 17 до 23 лет, из них 40 женщин и 45 мужчин.

Эксперимент состоит из двух этапов:

1. На первом этапе участники параллельно, одновременно выполняли два действия: разбирали стопку игральных карт (72 шт.) по мастям и решали в уме арифметические примеры (20 шт.), которые диктовал экспериментатор.

2. На втором этапе участники выполняли те же действия, но последовательно: сначала разбирали стопку игральных карт (72 шт.), а после решали в уме арифметические примеры (20 шт.).

Оба этапа осуществлялись в закрытом помещении с целью устранения отвлекающих факторов. Экспериментатор фиксировал время выполнения заданий. Отсечка времени происходила после завершения всех действий. Если испытуемый совершал ошибку, то экспериментатор просил ее устранить.

Для интерпретации полученных результатов использовались сравнение средних значений и t-критерий для парных выборок с уровнем значимости 0,05.

Среднее время, затраченное на выполнение действий в режиме многозадачности (первой этап), составило 5 минут; в режиме последовательного выполнения задач (второй этап) – 4 минуты 25 секунд. Выполнение действий в режиме многозадачности потребовало в среднем на 13% больше времени.

С целью проверки первая гипотеза была формализована следующим образом:

H_0: режим выполнения работы не влияет на затраченное время.

H_1: режим выполнения работы влияет на затраченное время.

Расчетное значение t-критерия составило менее 0,001, что меньше выбранного уровня значимости. Следовательно, нулевая гипотеза отвергается и делается вывод о том, что с вероятностью 0,95 режим выполнения работы влияет на затраченное время.

При проверке второй гипотезы оценивалось влияние пола испытуемого на разность времени, затраченного на выполнение заданий в режиме многозадачности и однозадачности. У мужчин время сокращалось в среднем на 34 секунды, а у женщин – на 37 секунд.

Гипотеза была формализована следующим образом:

H_0: пол испытуемого не влияет на разницу во времени.

H_1: пол испытуемого влияет на разницу во времени.

Расчётное значение t-критерия составило 0,833, что больше выбранного уровня значимости. С вероятностью 0,95 многозадачность в равной степени оказывает влияние как на мужчин, так и на женщин

В результате эксперимента получены следующие выводы:

1. Деятельность людей в возрасте от 17 до 23 лет в режиме многозадачности приводит к снижению эффективности труда.

3. Снижение эффективности труда в равной степени характерно как для мужчин, так и для женщин.

Список литературы

1. Wilson G.D. Improve Your I.Q. – Great Britain, 1981. – 180 p.
2. Loh K. Higher Media Multi-Tasking Activity Is Associated with Smaller Gray-Matter Density in the Anterior Cingulate Cortex [Electronic resource] // PLOS ONE, 2014. – URL: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0106698 (date of the application: 06.05.2023).
3. Sanbonmatsu D., Strayer D. Who Multi-Tasks and Why? Multi-Tasking Ability, Perceived Multi-Tasking Ability, Impulsivity, and Sensation Seeking // PLOS ONE, 2013. – URL: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0054402 (date of the application: 06.05.2023).
4. Graff S. Penn Medicine: Brain Connectivity Study Reveals Striking Differences Between Men and Women // Penn Today, 2013. – URL: https://penntoday.upenn.edu/news/penn-medicine-brain-connectivity-study-reveals-striking-differences-between-men-and-women (date of the application: 06.05.2023).
5. Селина М. В. Почему мужчинам сложнее переключиться с одной задачи на другую // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2016. – URL: https://iq.hse.ru/news/196207428.html (дата обращения: 06.05.2023).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Н. А. Науман, О.И.Ковтун
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
nauman.nik@mail.ru

Объектом исследования статьи является российский рынок ценных бумаг. Это динамично развивающаяся система, в развитии которой наблюдаются различные тенденции, быстро сменяющие друг друга под влиянием внешних или внутренних факторов. Особенность их выявления заключается в том, что информация о них становится не актуальной по мере их смены, поэтому тенденции должны выделяться своевременно и на основании новейших данных. Это является важной частью изучения фондового рынка.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, фондовый рынок, ценная бумага, акция, облигация, инвестор, IPO, эмитент, компания.

В данном исследовании на основании данных статистики Московской Биржи за 2019 – 2022 и начало 2023 года были выявлены следующие тенденции развития фондового рынка:

1. Тенденция смещения интереса инвесторов с иностранных ценных бумаг в сторону российских.

С началом спецоперации на Украине было введено огромное количество антироссийских санкций, в результате чего, ценные бумаги некоторых иностранных компаний были заблокированы. В настоящее время они торгуются только на Санкт-Петербургской бирже и большинство из них только с ограничениями. Эти события привели к существенному снижению их объёмов торгов, так, в 2021 году он составил 393,4 млрд. руб., а в 2022 году – 122,2 млрд. руб. Наблюдается снижение более, чем в 3 раза.

2. Увеличение объема средств частных инвесторов при общем увеличении объема торгов.

Если рассматривать промежуток 2019-2021 г. г. То можно увидеть, что в 2019 году объем средств частных инвесторов в объеме торгов акциями составил 4230,62 млрд. руб. В 2020 году объем средств частных инвесторов в объеме торгов акциями составил 9705,43 млрд. руб. В 2021 году объем средств частных инвесторов в объеме торгов акциями составил 11998,8 млрд. руб.

3. Изменение количества российских компаний, проводящих IPO.

В 2020 и 2021 году началась тенденция увеличения количества IPO, проведенных российскими компаниями, так, оно составило 11 и 13 соответственно, но в 2022 году из-за нестабильности на рынке ценных бумаг все IPO были отложены, хотя тенденция могла продолжиться, т. к. много компаний заявляли о желании его провести.

4. Рынок ценных бумаг в своей деятельности все больше опирается на информационные технологии.

В настоящее время уже не существует ценных бумаг в бумажной форме, а торги на бирже и другие операции с ними проводятся онлайн, любой гражданин РФ старше 18 лет может инвестировать в ценные бумаги и для этого нужен лишь смартфон.

Результаты, полученные в ходе исследования, могут найти различное применение, например, при построении инвестиционных стратегий; для получения людьми понимания о том, как в настоящий момент развивается ситуация на фондовом рынке; в качестве основы для проведения других исследований.

Список литературы

1. Московская Биржа Статистика объемов торгов Московская Биржа / Московская Биржа [Электронный ресурс] // moex.com : [сайт]. — URL: https://www.moex.com/ru/ir/interactive-analysis.aspx#

2. ООО «Компания БКС» Заждались IPO. Кто может выйти на Мосбиржу в 2023 / ООО «Компания БКС» [Электронный ресурс] // БКС ЭКСПРЕСС : [сайт]. — URL: https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/zazhdalis-ipo-kto-mozhet-vyiti-na-mosbirzhu-v-2023

СБЕРЕЖЕНИЯ РОССИЯН В ПОСТКОВИДНЫЙ ПЕРИОД (2020-2021 гг.)

Д.А. Сальникова, О.И. Ковтун
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
dashass0304@yandex.ru

Сбережения населения являются важным фактором экономического благополучия государства. Они позволяют гражданам обеспечить себе финансовую стабильность в случае неожиданных расходов или потери

дохода.. Однако пандемия COVID-19 привела к значительным изменениям в экономической ситуации во всем мире, в том числе и в России. Многие граждане стали сталкиваться с ухудшением своего финансового положения, потерей работы или снижением дохода. Это могло повлиять на их поведение в отношении сбережений.В данной работе будет рассмотрено, как изменились сбережения населения в разных регионах России в постковидный период. Будут проанализированы данные о суммах, которые граждане откладывают на банковские счета. Также будут рассмотрены факторы, влияющие на поведение населения в отношении сбережений в постковидный период и возможные последствия для экономики регионов.
Ключевые слова: сбережения населения, постковидный период, сбережения по регионам

Для начала отметим, что сбережения – это процесс накопления денежных средств для будущих нужд или целей. Процесс сбережения может осуществляться путем откладывания части дохода, инвестирования в активы, снижения расходов и т.д. Сбережения могут помочь обеспечить финансовую стабильность и достижение финансовых целей населения. Общий объем сбережений населения корректируется на величину финансовых обязательств, таких как кредиты и ссуды, и на величину реализации финансовых активов-средств от продажи и погашения инвестиционных паев, от реализации долей участия в уставном капитале организаций [3].Чтобы более глубоко рассмотреть данный вопрос, нужно разобрать существующие виды и формы сбережений:

Начнем с видов сбережения:

1. Личные сбережения – это те денежные средства, которые откладываются физическими лицами на свои личные нужды
2. Корпоративные сбережения – это денежные средства, которые откладываются предприятиями, компаниями и организациями для финансирования своей деятельности.
3. Государственные сбережения – это денежные средства, которые откладываются государством для финансирования своих программ и проектов.

Формы сбережений:

1) Банковские вклады – это форма сбережений, при которой денежные средства вкладываются в банк на определенный срок и под определенный процент.

2) Инвестиции в ценные бумаги – это форма сбережений, при которой денежные средства вкладываются в акции, облигации или другие финансовые инструменты.

3) Накопительные страховые программы – это форма сбережений, при которой денежные средства вкладываются в страховую компанию на долгосрочный период и под определенный процент.

4) Недвижимость – это форма сбережений, при которой денежные средства вкладываются в покупку недвижимости для последующей продажи или сдачи в аренду.

В время пандемии в России массово снизились вклады и суммы счетов были списаны. Люди запасались наличными, и воздерживались от сбережений. По данным Росстата, располагаемые денежные доходы населения в первом квартале 2020 года снизились на 0,2% по сравнению с периодом 2019 года. Объем сбережений за этот период сократился на 6,5%. Однако в конце 2020 года сбережения наоборот увеличились, и в российской экономике это называют глобальным феноменом. Можно сделать вывод, что люди были заинтересованы в личных сбережениях, по причине неуверенности в завтрашнем дне.

Для анализа были взяты данные с официального сайта «РОССТАТ», а именно данные по важным в экономической сфере городам/областям как:

1) Москва;
2) Санкт-Петербург;
3) Крым;
4) Алтайский край.

В таблице 1 представлены данные о сбережениях по регионам. Мы можем проследить явное лидерство Москвы и Санкт-Петербурга, и точно такое же очевидное меньшинство Крыма и Алтайского края. По проведенному анализу можно выявить тенденции на сбережения по регионам. В крупных городах формируется основное богатое население(миллионеры и миллиардеры), и именно они, вне зависимости от кризисной ситуации формируют столь большие объемы сбережений. В Москве таких людей сосредоточено больше чем в Санкт-Петербурге, однако и в нем мы видим высокие показатели. Крым стоит в конце рейтинга, поскольку входит в список южных республик, где средние зарплаты значительно ниже, чем в центральных городах. Из этого следует, что и сбережения населения намного ниже. Алтайский край можно охарактеризовать больше как туристическое место, где сосредоточено сельское хозяйство и, соответственно, зарплаты населения низкие, и не позволяют делать большие сбережения.

Таблица 1 – Показатели сбережений по регионам на 2020 г.

Показатели на 2020 г.	Москва	Санкт-Петербург	Крым	Алтайский край
Сумма сбережений на одного человека (руб.)	887 427,50	458 117,76	55 398,30	48 877,97
Сумма средств физ.лиц в банках (млн руб.)	11 250 876	2 472 949	105 956	201 442

Таким образом, можно сделать вывод, что в начале пандемии население было в состоянии неуверенности в завтрашнем дне, и потому многие вклады были закрыты. Однако сбережения в форме наличных денег наоборот увеличивались, люди предпочитали иметь подушку безопасности, особенно это коснулось регионов с низким уровнем заработной платы, где люди старались сохранить то, что имеется. В регионах с более высоким уровнем жизни и высокой заработной платой, а также с большим количеством населения с высокой заработной платой наблюдается рост не только сбережений в наличных деньгах, но в увеличение вкладов в банки [1].Можно сделать вывод, что при таких условиях, люди не боятся вкладывать деньги в банки, и задумываются не только о том, как прожить сегодняшний день, но и думают о своих будущих доходах и расходах.

Список литературы

1. Зубаревич Наталья Васильевна. Влияние пандемии на социально-экономическое развитие и бюджеты регионов // ВТЭ. 2021. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pandemii-na-sotsialno-ekonomicheskoe-razvitie-i-byudzhety-regionov

2. Гениберг Татьяна Владимировна. Тенденции изменения доходов, расходов и сбережений населения Российской Федерации в 2022 г. // ВЭПС. 2022. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-izmeneniya-dohodov-rashodov-i-sberezheniy-naseleniya-rossiyskoy-federatsii-v-2022-g

3. Экономика: учебник для вузов/И.В. Липсиц. — М.: Омега-Л, 2006. — 656 с. — (Высшее экономическое образование). — ISBN 5-98119-407-3.

ВЛИЯНИЕ ПРОГРАММ ЛЬГОТНОГО ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА РЫНОК ЖИЛЬЯ

Д.В.Чернов, В.А.Вязьмина, А.В. Кузнецова, Т.А.Тропникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
dimachernov200@mail.ru

Рассмотрена проблема доступности жилья. Выявлены внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование спроса и предложения. Показано влияние государственного регулирования на рынок жилья на примере различных программ – семейной, военной, сельской ипотеки. Сделан вывод, что перспективы развития ипотечных программ в условиях геополитического и экономического кризисов фокусируются на дальнейшем развитии государственной поддержки жилищного рынка в целях улучшения жилищных условий граждан.

Ключевые слова: ипотека, госрегулирование, жилищные условия, доступность жилья

Официальная статистика Минфина РФ показывает, что сумма ипотечных кредитов, выданных на льготной основе, увеличивается [1]. Например, в 2022 году по сравнению с 2018 г. объём выданных кредитов увеличился с 17,7 млрд. руб. до 792,3 млрд. руб., и такой значительный рост не мог бы произойти без государственной поддержки. После пандемии 2020 года произошло удорожание стройматериалов, вследствие чего цена 1 м^2 жилья увеличилась примерно на 42%. «Очевидно, спрос на ипотечный кредит зависит от динамики цен на жилье, так как ипотечный и жилищный рынки тесно связаны» [2, С.216]. Изменения на жилищном рынке внесли коррективы в ипотечный. Для того, чтобы стимулировать спрос на квартиры и поддержать население, государством были расширены меры поддержки по льготным ипотечным программам.

Целью исследования явилось изучение существующих программ льготного ипотечного кредитования и их влияние на рынок жилья.

«Семейная ипотека**»** – это программа господдержки семей с детьми, по которой можно получить ипотечный кредит по ставке не более 6%. Программа была продлена до 1 июля 2024 года.

По данным «Дом.РФ» [3] с момента запуска «Семейной ипотекой» воспользовались более 200 тыс. семей, а сумма кредитов превысила 600 млрд. руб. «Домклик» [4] информирует, что после расширения программы для семей с одним ребёнком в 2021 году, её популярность значительно увеличилась. Средний размер кредита составил 4.5 млн. руб. В настоящее время, по данным «Домклика», «Семейная ипотека» занимает второе

место по востребованности, а по прогнозу «Дом.РФ» в период с 2023-2024 гг. ей воспользуются ещё около 240 тыс. семей. Оформить «Семейную ипотеку» можно в одном из 59-ти банков, из которых наиболее популярными являются Сбербанк, ВТБ-банк, АЛЬФА-БАНК, Банк ДОМ.РФ и Газпромбанк.

«Военная ипотека» - программа поддержки военнослужащих, позволяющая им приобрести жилье в кредит со сниженной процентной ставкой (на 2-3% от среднерыночной). По данным Министерства Обороны РФ [5] в 2016-2020 г. спрос на данный вид кредитования снижался, но в 2021 году число ипотечных кредитов увеличилось на 19,5% по сравнению с предыдущим годом, а средний размер кредита составил 3,5 млн. руб. [6] Военную ипотеку можно оформить в следующих банках: Сбербанк, Промсвязьбанк, Дом.РФ, Россельхозбанк.

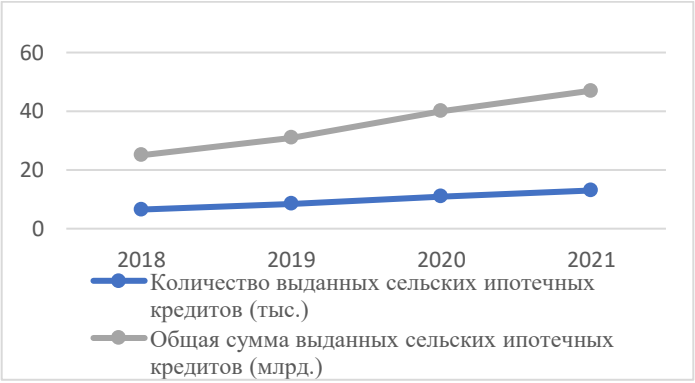


Рисунок 1 – Динамика выданных кредитов по «Сельской ипотеке» и их общая сумма за 2018-2021 гг.

В 2023-ем году лидерами выданных кредитов данного вида ипотеки для военнослужащих стали Сбербанк и Россельхозбанк.

Особое значение для развития фермерства имеет «Сельская ипотека» – программа, предназначенная для финансирования покупки, строительства или реконструкции жилых домов и объектов недвижимости в сельской местности, выдаваемой гражданам РФ, зарегистрированным на территории сельской местности (Рисунок 1). Средний размер кредита составил 2.6 млн. руб. Ставки на «Сельскую ипотеку» могут отличаться в зависимости от того, какой банк предоставляет кредит. Самыми популярными банками для граждан, проживающих в сельской местности, являются: ВТБ, Сбербанк, Россельхозбанк, Россельхозбанк, Агророс.

Таким образом, государство использует инструмент - льготное ипотечное кредитование, которое особенно актуально в условиях сложной экономической ситуации. В настоящий момент активно действуют и продлеваются такие программы, как «Семейная ипотека», «Сельская ипотека», «Военная ипотека». Они имеют свою аудиторию заёмщиков, вносят вклад в развитие строительного сектора экономики и развитие рынка жилья. Удорожание жилья делает его покупку менее доступной для большинства населения, а программы льготного ипотечного кредитования позволяют совершать сделки по купле-продаже с меньшими издержками. Данная мера господдержки способствует развитию жилищного строительства и улучшению жилищных условий населения.

Список литературы

1. Государственная поддержка жилищного (ипотечного) кредитования. Статистика. [Электронный ресурс]. URL: https://minfin.gov.ru/ru/perfomance/govsupport/semya/statistika/ (дата обращения: 04.05.2023)
2. Руди Л.Ю., Тропникова Т.А. Оценка спроса населения Новосибирской области на ипотечный кридит// Л.Ю. Руди, Т.А. Тропникова/ В сборнике: Инвестиции, строительство, недвижимость как драйверы социально-экономического развития территории и повышения качества жизни населения. Материалы X Международной научно-практической конференции. В 2-х частях, Под редакцией Т.Ю.Овсянниковой, И.Р.Салагор. - 2020. - С.213-220.
3. ДОМ.РФ - финансовый институт развития в жилищной сфере: [Электронный ресурс]. URL: https://дом.рф/ (дата обращения: 24.04.2023)
4. Домклик: [Электронный ресурс]. URL: https://novosibirsk.domclick.ru/ (дата обращения: 24.04.2023)
5. Министерство Обороны Российской Федерации. Департамент жилищного обеспечения и управления жилищным фондом. [Электронный ресурс]. URL: https://mil.ru/ (Дата обращения 24.04.2023)

СОЗДАНИЕ ПАССИВНОГО ДОХОД ДЛЯ МОЛОДЕЖИ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

А. А. Чирцова, Е.В. Клецова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
chirtsovaangelina@mail.ru

Статья посвящена исследованию ставшего очень популярным в мире в последние 10 лет движения FIRE - программы сбережений и инвестиций, которая позволяет сторонникам выйти на пенсию в молодом возрасте, создав необходимый для этого капитал и получая пассивный доход. В России эта тема мало исследована с научной точки зрения. Сама идея зародилась в онлайн-сообществах и распространяется через блоги, подкасты и онлайн-форумы в интернете. Предметом исследования выступают принципы движения. Цель исследования – обосновать возможность накопления денежных средств методом FIRE в России. Результаты. Раскрыты теоретические аспекты сущности движения FIRE. Составлен финансовый план по созданию пассивного дохода к 35 годам для студента-первокурсника восемнадцати лет в 2023 году. Расчеты подтвердили реальность и доступность идеи движения FIRE даже с ограниченным бюджетом студента

Ключевые слова: Финансовая независимость, пассивный доход, движение FIRE, инвестиции, накопления.

Идеология данного движения заключается в том, чтобы постоянно откладывать и инвестировать свой доход сейчас, чтобы потом жить полной и свободной жизнью.

Шаги молодых людей по стратегии движения FIRE:

1. Записывать свои расходы, проанализировать себя: выяснить «Раб чего вы?» (еды, одежды, такси и т.д.), готовы ли к инвестированию и т.д. [1].
2. Читать мотивационные книги по саморазвитию и финансам.
3. Записать финансовые цели. Нужно правильно поставить цели, которые реализуемые и желаемые. Можно сделать в виде таблицы (финансовая цель/ срок/ стоимость/ ежемесячный взнос)
4. Составить финансовый план.
5. Посчитать сколько нужно инвестировать денег, чтобы достичь поставленной цели.

6. Инвестировать регулярно. Важно грамотно анализировать во, что вкладывать. Остерегаться финансовых пирамид, так как это мошенники, которые стремятся отнять деньги.

7. От полученных доходов минимум 10% откладывать в финансовый резерв.

8. Вести учет доходов и расходов [2]. Например, записывать в блокноте или следить в приложениях (отчет по карте через интернет банк / специальные программы для введения бюджета)

Если следовать данным шагам, то можно будет получать пассивный доход.

Рассчитаем возможности создания пассивного дохода к 35 годам для студента-первокурсника восемнадцати лет в 2023 году.

Начнем с расчета требуемой суммы для пассивного дохода:

1. Необходимая ежемесячная сумма * 12 месяцев = получаем требуемую сумму пассивного дохода в год

2. Сумму пассивного дохода делим на % доходности под который будет размещен капитал (например, 10%) = получаем сумму требуемого капитала

Пример:

1. В месяц студенту необходимо 30 тыс. руб.

2. Умножаем на 12 месяцев = 30 тыс. руб. * 12 = 360 тыс. руб. — требуемая сумма пассивного дохода в год

3. 360 тыс. руб. делим на 10% (например, столько будут давать облигации) и получаем требуемую сумму капитала 360 тыс. руб. / 10% = 3,6 млн. руб.

В итоге, студенту нужен капитал 3,6 млн. руб. размещенный под 10% годовых, который будет давать 360 тыс. руб. в год, и что даст возможность жить на пассивный доход или закрывать базовые потребности.

Рассчитаем какую сумму ежемесячно нужно инвестировать в течении 17 лет до возраста студента 35 лет чтобы создать 3,6 млн. руб. При стартовом капитале в 5000 рублей с помощью сервиса Calcus.ru «Инвестиционный калькулятор сложного процента с пополнением» определена сумма ежемесячных пополнений в размере 6712,52 руб. Результаты представлены на рисунке 1.

Однако в расчетах не учтен, фактор инфляции к тому моменту, когда будет нужен пассивный доход. Дело в том, что покупательная способность капитала из-за инфляции будет ежегодно падать и за 17 лет с учетом средней инфляции в РФ 8% снизится в более чем в 3,5 раза, а это значит, что пассивный капитал также будет обесцениваться.



Рисунок 1 - Расчет ежемесячно суммы инвестиций для создания пассивного дохода

Соответственно, если всю сумму хранить на депозитах или использовать облигации, где ставка доходности практически равна инфляции, то жить на пассивный доход совсем не получится.

Финансовую грамотность необходимо распространять среди молодежи, так как это важная и необходимая тема, чтобы в будущем они смогли продолжать жить качественно. Необходимы бесплатные курсы с поддержкой экспертов, возможно со стороны Банка России, возможно на базе региональных ВУЗов и центров развития финансовой грамотности с привлечением инвестиционных советников со стоящих в реестре Банка России.

Список литературы

1. Движение FIRE в России. Интервью с будущим "ранним пенсионером" // Pikabu. 2021. URL: https://pikabu.ru/story/dvizhenie_fire_v_rossii_intervyu_s_budushchim_rannim_pensionerom_7322917 (дата обращения 24.02.2023)

2. Клецова Е.В. Вебинар на тему «Подушка безопасности: как защитить себя от непредвиденных расходов» // ВЗО. 2023 (01.03.2023) https://www.youtube.com/watch?v=ZHBsOwJTcGs&t=15s

ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ЭКОНОМИКУ ГОСУДАРСТВА

А.А. Лукина, И.С. Якимов
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
ilyayakimov2004@bk.ru

Влияние налоговой политики на экономику государства трудно переоценить. В данном исследовании предпринята попытка оценки влияния налоговой политики на доходы бюджета, темпы роста совокупного продукта и реальные располагаемые доходы населения. Проведенное исследование показывает, что современная налоговая политика России в части повышения налоговых ставок не всегда приводит к увеличению поступлений в бюджет, а также не способствует росту экономики и доходов населения.

Ключевые слова: налоги, налоговая политика, доходы бюджета, совокупный продукт, доходы населения

Актуальность исследования налоговой проблематики не вызывает вопросов, так как налоги являются экономической основой существования, главным источником доходов и основным признаком любого государства. Без финансовых средств, аккумулирующихся за счет налоговых поступлений, государство не сможет осуществлять свои функции.

Общеизвестно, что налоги – это обязательные платежи, взимаемые государством с физических и юридических лиц [1]. Налоги делятся на прямые, которыми облагаются доходы и имущество, и косвенные, увеличивающие цены товаров. Распределение поступлений между двумя видами налогов или их приоритетность в налоговой системе способно указывать на вид налоговой политики. В государствах с преобладанием сбора прямых налогов налоговые системы являются более транспарентными в части расходования средств, в системах с преобладанием косвенных налогов выше собираемость, но намного меньше транспарентности.

Развитые страны, как и развивающиеся, используют налогообложение как одну из основных статей государственного дохода. Таким образом, государство заинтересовано собирать как можно больше налогов для пополнения бюджета и выполнения принятых на себя программ. Однако повышение налогов не является правилом, так как снижение налогов часто используется как предвыборный аргумент. Политики в своих программах часто

предлагают понижение налогового бремени для всех субъектов экономических отношений, часто повышение налогов на целевые группы, например, с высокими доходами, также используют как политический шаг.

Кроме того, в современном мире налог представляет собой определенный индикатор социально-экономических отношений в стране: налоговая политика выступает важнейшим элементом социального контракта между государством и обществом.

Данное исследование было посвящено влиянию налогов не на институциональные, а на экономические процессы. Влияние налоговой политики на экономику государства трудно оценить системно, поскольку изменение налогов или налоговых ставок оказывает воздействие на большое количество экономических процессов, таких как: инфляция, безработица, экономический рост, инвестиции, потребление и др.

Одной из форм оценки налоговой ставки на величину налоговых поступлений является кривая Лаффера. Кривая Лаффера показывает взаимосвязь между доходами бюджета и изменением налоговых ставок [2].

Спецификой кривой Лаффера является оценка взаимосвязи между налоговыми ставками, выраженными в процентах, к величине поступлений в бюджет государства. Однако в контексте современной налоговой системы России представляет интерес влияние на налоговые поступления изменения твердых ставок (например, в случае с акцизами), а также структура налоговых поступлений в бюджеты различных уровней.

В контексте влияния налоговой политики на показатели развития экономики в современных экономических условиях, особо актуальным становится вопрос оценки изменения налоговых ставок на экономический рост и денежные доходы населения [3]. Сформировавшаяся в России потребительско-инвестиционная модель экономического роста предполагает увеличение потребления домохозяйств и инвестиций фирм, которые в свою очередь напрямую зависят от величины и динамики налогов.

В данном контексте наблюдается тенденция к увеличению налоговых ставок, как правило косвенных налогов, что оказывает отрицательное влияние потребление и инвестиции и снижает темпы экономического роста. Помимо этого, важнейшим аспектом увеличения нагрузки на бизнес и население является улучшения налогового администрирования. Парадокс состоит в том, что при налоговой системе с большой нагрузкой улучшение налогового

администрирования приводит к отрицательным экономическим эффектам: снижению потребления, уменьшению инвестиций и как следствие замедлению динамики совокупного продукта.

Современная налоговая политика в России должна быть направлена, прежде всего, на стимулирование экономического роста, что может быть осуществлено только за счет проведения более мягкой налоговой политики: снижению налоговых ставок, подстройку налоговой системы под разных экономических агентов с целью создать правильные стимулы к потреблению и инвестициям, а также сохранению и совершенствованию налогового администрирования и электронных сервисов.

Список литературы

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. - 479 с.
2. Кривая Лаффера [Электронный ресурс]. – URL: https://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/krivaya-laffera.html (Дата обращения 18.04.2023).
3. Сухарев О.С. Модели экономического роста: выбор стратегического вектора развития / О.С. Сухарев // Экономика. Налоги. Право. - 2017. - №1. – С. 29-43.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ

Т.А. Хамитов, Ю.В. Ануфриева
Сибирский государственный университет путей сообщения
alex7@cn.ru, khamitovtimur06@Iist.ru,

Основной целью исследования было исследование опыта российских компаний в области формирования корпоративной социальной ответственности. В исследовании приняли участие сотрудники известной торговой сети в России, а также респонденты, ответившие на вопросы специально разработанной анкеты. В работе приведены примеры решения некоторых социальных проблем, предложены направления развития корпоративной социальной ответственности в части реализации ее внутренних форм с целью

улучшения системы корпоративного управления коммерческими компаниями.

Ключевые слова: сеть магазинов, персонал, социальная ответственность, стейкхолдеры, волонтерское движение.

В проведенном исследовании изучается опыт совместной социальной программы компании «X5Group» (сеть продовольственных магазинов «Пятерочка», входящая в состав этой компании) и некоммерческой волонтерской организации «ЛизаАлерт» под названием «Островок безопасности.

По данным РИА Новости, за последние 13 лет в Российской федерации пропавшие без вести составили около 600 тысяч чел. [1]. Каждый день мы видим на улице проходящих мимо людей, но мы никогда не задаемся вопросом: «В каком состоянии находится той или иной человек. Возможно, он нуждается в помощи?».

На сегодняшний день в современном обществе сохраняется проблема людей пропавших без вести. К примеру, волонтерская организация «ЛизаАлерт» совместно с сетью продовольственных магазинов «Пятерочка» проводят совместную деятельность по реализации социального проекта под названием «Островок безопасности» действующий по всей России.

Известно, что российская сеть продовольственных магазинов «у дома» «Пятерочка» входит в составе компании X5 Group, которая объединяет более 18 тыс. магазинов в 67 регионах нашей страны [2].

«ЛизаАлерт» это добровольческое некоммерческое общественное объединение, занимающееся поиском пропавших без вести людей, основанное 15 октября 2010 года. По данным ПСО, только за 2020-2021 годы поступило 25 255 заявок, из них волонтёры нашли живыми 19 051 чел. и погибшими 2 043 чел.

Социально-ориентированный проект «Островок безопасности» был создан благодаря совместному взаимодействию двух организаций как специальная зона в магазине, оборудованная отличительным знаком в виде оранжевого геолокационного пина, которая является ориентиром для всех потерявшихся людей.

Одним из главных преимуществ данного проекта является то, что магазин «Пятерочку» получил широкое распространение по территории Российской Федерации, и заблудившийся человек может обратиться к сотруднику магазина или дождаться, пока ему предложат помощь. На сегодняшний день около 50 тыс. чел. персонала торговой сети прошли курс обучения и научились определять потерявшегося или

дезориентированного человека, а также знают, как действовать в случае его обнаружения на территории магазина [2].

Для уточнения информации о знании российского населения об этой социальной программе была разработана специальная анкета и размещена в социальных сетях для опроса в Google-форме. В опросе приняли участие 50 респондентов – 19чел. из Республики Башкортостан, 15чел. из Новосибирской области, 6чел. из Санкт-Петербурга, 3чел. из Чеченской Республики, 3чел. из Ханты-Мансийского автономного округа, 2чел. из Москвы, 1чел. из Свердловской области и 1чел. из Кемеровской области. Подведя итоги, результаты оказались неутешительны: лишь 13чел. (26%) человек из опрошенных знают об этой социальной программе; 17чел. (34%) слышали, но не имеют о ней представления и оставшиеся 20чел. (40%) не имеют представления о данном социальном проекте.

За пять месяцев тестирования в начале проекта, проходившего в 2 600 магазинах Москвы и Московской области, помощь была оказана 118 людям, 13 из которых были срочно госпитализированы в тяжелом состоянии.

Следует отметить, что это, что жизнь каждого человека в 99% важна его близким. 118 потерявшихся людей это 118 семей, и, быть может, если бы этим людям заблаговременно не оказали помощь, то их пришлось бы искать совсем иными путями [2].

Исходя из результатов исследования, недостаточное количество людей обладают такой информацией, которая может быть очень важной. Необходим поиск путей и инструментов социально-ориентированного маркетинга, что бы человек, попавший в беду, мог обратиться за помощью в любую другую коммерческую организацию на примере взаимодействия двух крупных организаций.

В современном обществе возникает необходимость образовательной практики, ориентированной на формирование личности, ответственной за результаты и последствия принятых и реализованных решений, проявляющей социально ответственное поведение [3].

Сегодня как никогда важен социальный заказ государства на формирование социальной ответственности личности, способной к нравственному выбору, ориентированному на благо других людей и себя [4]. Это обусловлено тем, что в быстро изменяющемся мире стратегические преимущества будут иметь те государства, которые смогут эффективно развивать и продуктивно использовать инновационный потенциал развития, основным носителем которого является молодежь.

Список литературы:

1. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под редакцией В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 490 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14561-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511052 (дата обращения: 29.05.2023).
2. Число без вести потерянных жителей РФ https://ria.ru/20211216/propavshie-1763852688.html [04.05.2023]
3. Ануфриева Ю.В. Формирование социально ответственности студентов экономического профиля. Мир науки, культуры, образования. – 2012.№2(45). – С.105-109.
4. Ануфриева Ю.В. Корпоративная культура в системе управления производством. Новосибирск. СГУПС, 2004.- 49с.

СЕКЦИЯ КОМФОРТНАЯ СРЕДА И УСТОЙЧИВОЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

ЭМПИРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СОГЛАСОВАННОСТИ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ СТРАТЕГИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

А. Д. Алдын-оол, И. Б. Адова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
aldinoolaleksej@gmail.com

«Стратегия социально-экономического развития Сибирского федерального округа до 2035 года», вопреки формулировке своей цели, определяет макрорегион преимущественно как источник сырьевых ресурсов, что не согласовывается с целями, сформулированными в стратегиях социально-экономического развития субъектов РФ, входящих в его состав. Сделана попытка определить степень согласованности целеполагания между ними. Выдвинута и подтверждена гипотеза о несогласованности целеполагания обозначенных стратегий и наличии противоречий в стратегическом видении будущего на разных уровнях государственной власти (федеральном уровне и уровне субъектов РФ).

Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегия социально-экономического развития, макрорегион, Сибирский федеральный округ, субъекты Российской Федерации

Введение. Содержание «Стратегии социально-экономического развития Сибирского федерального округа до 2035 года» (далее – Стратегия СЭР СФО) [10], вопреки формулировке своей цели, имеет сильно выраженный ресурсный акцент, из-за чего СФО отводится роль сырьевого придатка, поскольку в ней не затрагиваются вопросы относительно культурного развития этого макрорегиона.

Даже поверхностный просмотр стратегий социально-экономического развития субъектов РФ (далее – стратегии СЭР субъектов РФ), входящих в состав СФО (Республика Алтай [7], Республика Тыва [8], Республика Хакасия [9], Алтайский край [1], Красноярский край [4], Иркутская область [2], Новосибирская область

[5], Омская область [6], Томская область [11], Кемеровская область – Кузбасс [3]), говорит о том, что в них рассматриваются разные стороны развития регионов, а не только их материального аспекта, как это определяется Распоряжением Правительства РФ [11], что говорит о наличии противоречий в стратегическом видении будущего на разных уровнях власти.

Таким образом, *целью исследования* выступает определение степени согласованности целеполагания между Стратегией СЭР СФО и стратегиями СЭР субъектов РФ.

По этой причине, *объектом исследования* является целеполагание «Стратегии социально-экономического развития Сибирского федерального округа до 2035 года» и стратегий СЭР субъектов РФ в СФО, а *предметом исследования* – их согласованность.

Основная часть. Исследование состоит из 4 этапов:

Этап 1 – формирование макета матрицы:

На Этапе 1 мы формируем макет двумерной матрицы для последующего сопоставления. Распределение информации в ней осуществлено:

по горизонтали – ключевые элементы, которые мы выделим в формулировке цели Стратегии СЭР СФО – они будут приняты в качестве оснований (критериев) для последующего сопоставления: конкурентоспособность, экономический рост, уровень жизни, качество жизни;

по вертикали мы записываем названия всех 10 субъектов РФ, входящих в состав Сибирского федерального округа.

Таким образом, мы получаем матрицу, отражённую в Таблице. Данный макет будет использоваться в дальнейшем для расчётов и получения выводов.

Этап 2 – прямое сопоставление целей:

Шаг 1 – сбор информации для расчётов Этапа 2. На Шаге 1 мы заполняем матрицу с использованием бинарной логики по принципу «да» (это значение «1») или «нет» (это значение «0»). Принцип заполнения матрицы заключается в следующем:

если и в формулировке цели Стратегии СЭР СФО, и в формулировке цели стратегии СЭР субъекта РФ имеется ключевой элемент, допустим, «конкурентоспособность», следовательно, мы говорим о наличии прямого совпадения – в ячейке фиксируется значение «1»;

если в формулировке цели Стратегии СЭР СФО имеется ключевой элемент, допустим, «конкурентоспособность», а в формулировке цели стратегии СЭР субъекта РФ – нет, следовательно, прямое совпадение отсутствует – в ячейке фиксируется значение «0».

Таблица – Макет матрицы для сопоставления

Названия субъектов РФ	Ключевые элементы в формулировке цели Стратегии СЭР СФО до 2035 года			
	Конкурентоспособность	Экономический рост	Качество жизни	Уровень жизни
Республика Алтай				
<…>				
Кемеровская область – Кузбасс				

Шаг 2 – расчёты Этапа 2. Далее определяем:

В разрезе критериев: насколько формулировки цели стратегий СЭР всех субъектов РФ соответствуют формулировке цели Стратегии СЭР СФО по каждому критерию. В разрезе субъектов РФ: насколько формулировка цели стратегии СЭР каждого субъекта РФ соответствует формулировке цели Стратегии СЭР СФО по всем критериям.

Этап 3 – косвенное сопоставление цели и содержания:

Шаг 1 – сбор и подготовка информации для расчётов Этапа 3. На Шаге 1 мы определяем частоту упоминаний ключевых элементов, выделенных в формулировке Стратегии СЭР СФО, во всём содержании стратегии СЭР каждого субъекта РФ, входящего в состав Сибирского федерального округа, в т. ч. в блоке с информацией о целеполагании.

Далее осуществляется нормирование показателей, поскольку документы стратегического планирования имеют разный объём, чтобы иметь возможность сопоставить их содержание друг с другом, те абсолютные значения, которые были получены на Шаге 1, мы переводим в относительные, определяя их долю в тексте, т. е. определяем отношение частоты упоминаний ключевых элементов (при этом если ключевой элемент состоит не из одного слова (например, «конкурентоспособность»), а из двух (например, «экономический рост»), то для определения отношения количества упоминаний такого ключевого элемента к количеству всех слов в содержании документов мы используем не общее количество упоминаний, а общее количество слов в этих упоминаниях, т. е. умножаем одно упоминание на два, ведь в нём два слова) к количеству всех слов в содержании стратегии, получая значения частотностей.

Шаг 2 – расчёты Этапа 3. Далее определяем параметры каждого статистического ряда и в разрезе критериев, и в разрезе субъектов РФ:

оценку амплитуды, предполагающую определение максимальных и минимальных значений частотностей упоминаний, что позволит нам определить «лидеров упоминаний» по каждому критерию или «упоминаемых лидеров» - максимально или минимально упоминаемых критериев в рамках каждой стратегии СЭР субъектов РФ;

оценку вариации в относительной форме – коэффициента вариации, что позволит сделать вывод о том, «гармоничны» ли стратегии СЭР субъектов РФ по соответствующим критериям между собой или в рамках своих документов.

Этап 4 – Результаты и обсуждение:

Результаты и выводы на основе данных, полученных на Этапе 2 – прямого сопоставления целей:

В разрезе критериев абсолютная оценка прямой «гармоничности» означает количество субъектов РФ, в целеполагании которых упоминается соответствующий критерий; относительная оценка прямой «гармоничности» означает какова доля стратегий СЭР субъектов РФ в их общем количестве, в целеполагании которых присутствует совпадение по соответствующему критерию:

критерий «конкурентоспособность» (3; 30%): Республика Хакасия, Новосибирская область, Омская область;

критерий «экономический рост» (4; 40%): Республика Тыва, Республика Хакасия, Алтайский край, Новосибирская область;

критерий «качество жизни» (6; 60%): Республика Тыва, Республика Хакасия, Красноярский край, Иркутская область, Томская область, Кемеровская область;

критерий «уровень жизни» (4; 40%): Республика Хакасия, Иркутская область, Новосибирская область, Томская область.

В разрезе субъектов РФ абсолютная оценка прямой «гармоничности» означает количество ключевых элементов, по которым присутствует совпадение между формулировками целеполагания Стратегии СЭР СФО и стратегией СЭР соответствующего субъекта РФ; относительная оценка прямой «гармоничности» означает какова доля упоминаемых ключевых элементов в их общем количестве:

(0; 0%) – Республика Алтай;

(1; 25%) – Алтайский Край, Красноярский край, Омская область, Кемеровская область;

(2; 50%) – Республика Тыва, Иркутская область, Томская область;

(3; 75%) – Новосибирская область;

(4; 100%) – Республика Хакасия.

Оба разреза показывают нам, что если опираться на прямое сопоставление ключевых элементов в формулировках целей Стратегии СЭР СФО и стратегий СЭР субъектов РФ, то в целом наблюдается низкий уровень соответствия: в контексте данного исследования это подтверждает предположение о несогласованности в целеполагании между Стратегией СЭР СФО и стратегиями СЭР субъектов РФ и говорит о наличии противоречий в стратегическом видении будущего на разных уровнях власти.

Результаты и выводы на основе данных, полученных на Этапе 3 – косвенного сопоставления цели и содержания:

В разрезе критериев (интерпретация оценки вариации в относительной форме – коэффициента вариации). Были получены группы критериев, которые упоминаются сразу во всей совокупности стратегий СЭР по соответствующему критерию:

«гармонично» (коэффициент вариации меньше 33% - совокупность признаётся однородной): конкурентоспособность (31,29%);

не «гармонично» (коэффициент вариации больше 33% - совокупность признаётся неоднородной): экономический рост (54,21%), качество жизни (53,52%), уровень жизни (141,63%).

Это означает, что через призму целеполагания Стратегии СЭР СФО упоминание критерия «конкурентоспособность» в стратегиях СЭР субъектов РФ относительно сбалансировано по отношению друг к другу, а по другим критериям – нет.

В разрезе субъектов РФ:

Интерпретация оценки амплитуды. Выделены группы субъектов РФ, которые в рамках своих стратегий СЭР делают:

1. Максимальный акцент:

на конкурентоспособности: Республика Хакасия (0,079%), Алтайский край (0,099%), Иркутская область (0,04%), Новосибирская область (0,086%), Омская область (0,062%);

на экономическом росте: Республика Тыва (0,079%);

на качестве жизни: Красноярский край (0,164%), Томская область (0,13%), Кемеровская область (0,082%);

на уровне жизни: Республика Алтай (0,059%).

2. Минимальный акцент:

на конкурентоспособности: таких субъектов РФ нет;

на экономическом росте: Республика Алтай (0,027%);

на качестве жизни: таких субъектов РФ нет;

на уровне жизни: Республика Тыва (0,02%), Республика Хакасия (0,006%), Алтайский край (0,01%), Красноярский край (0%), Иркутская

область (0,005%), Новосибирская область (0,009%), Омская область (0%), Томская область (0,003%), Кемеровская область (0,012%).

Это означает чему в наибольшей или наименьшей степени уделяется внимание субъектом РФ в рамках своей стратегии СЭР с точки зрения упоминания ключевых элементов.

Интерпретация оценки вариации в относительной форме – коэффициента вариации. Выделены группы субъектов РФ, в рамках стратегий СЭР которых упоминание ключевых элементов:

«гармонично» (коэффициент вариации меньше 33% - совокупность признаётся однородной): Республика Алтай (30,82705%);

не «гармонично» (коэффициент вариации больше 33% - совокупность признаётся неоднородной): Республика Тыва (47,33%), Республика Хакасия (60,66%), Алтайский край (58,87%), Красноярский край (101,78%), Иркутская область (57,75%), Новосибирская область (80,52%), Омская область (74,83%), Томская область (98,46%), Кемеровская область (76,98%).

Это означает, что если рассматривать непосредственно стратегии СЭР субъектов РФ, то информация в них, которая касается ключевых элементов целеполагания, в целом представлена неравномерно, т. е. им уделяется неравнозначное внимание.

Представленную методику эмпирической оценки целеполагания рационально использовать на проектной стадии обсуждения стратегии СЭР.

Список литературы

1. Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2035 года : [Электронный ресурс]. – URL: https://econom22.ru/prognoz/strateg_plan/dokumenty-strategicheskogo-planirovaniya-altayskogo-kraya/strategiya-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-altayskogo-kraya/index.php (дата обращения: 30.04.2023)
3. Стратегия социально-экономического развития Иркутской области на период до 2036 года : [Электронный ресурс]. – URL: https://irkobl.ru/sites/economy/socio-economic/project2036/ (дата обращения: 30.04.2023)
4. Стратегия социально-экономического развития Кемеровской области до 2035 года : [Электронный ресурс]. – URL: https://ako.ru/deyatelnost/strategicheskoe-planirovanie-kemerovskoy-oblasti-.php (дата обращения: 30.04.2023)
5. Стратегия социально-экономического развития Красноярского края до 2030 года : [Электронный ресурс]. – URL: http://www.econ.krskstate.ru/ser_kray/2030 (дата обращения: 30.04.2023)

6. Стратегия социально-экономического развития Новосибирской области на период до 2030 года : [Электронный ресурс]. – URL: https://www.nso.ru/page/2412 (дата обращения: 30.04.2023)
7. Стратегия социально-экономического развития Омской области до 2030 года : [Электронный ресурс]. – URL: https://omskportal.ru/oiv/mec/otrasl/StrategyDevelopment/StratPlanDoc/Strateg2030 (дата обращения: 30.04.2023)
8. Стратегия социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2035 года : [Электронный ресурс]. – URL: https://www.altai-republic.ru/economy_finances/strategy-of-social-economic/ (дата обращения: 30.04.2023)
9. Стратегия социально-экономического развития Республики Тыва до 2030 года : [Электронный ресурс]. – URL: http://mert.tuva.ru/directions/socio-economic-development/project_strategy_tuvy_2030.html (дата обращения: 30.04.2023)
10. Стратегия социально-экономического развития Республики Хакасия до 2030 года : [Электронный ресурс]. – URL: https://r-19.ru/management/5697/86042.html (дата обращения: 30.04.2023)
11. Стратегия социально-экономического развития Сибирского федерального округа до 2035 года : [Электронный ресурс]. – URL: http://government.ru/news/47638/ (дата обращения: 30.04.2023)
12. Стратегия социально-экономического развития Томской области до 2030 года : [Электронный ресурс]. – URL: https://tomsk.gov.ru/ctrategija-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija (дата обращения: 30.04.2023)

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ

Д.А. Власова, О.С. Тарасова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
vlasova.da2001@gmail.com

В статье рассмотрены основные проблемы осуществления общественного экологического контроля, связанные с получением и сбором достоверной информации о состоянии окружающей среды, его необходимость для граждан РФ. А также выявлены проблемные стороны работы общественного экологического инспектора и

предложены направления повышения эффективности работы в данной области.
Ключевые слова: общественный экологический контроль, общественный экологический инспектор, окружающая среда.

Вопросы текущего состояния окружающей среды, рационального использования природных ресурсов, регулирования тех или иных процессов негативного воздействия на окружающую среду являются актуальными для граждан РФ. Всего за 2022 год в Росприроднадзор поступило 55873 обращения граждан, из них 9198 – в центральный аппарат и 46675 в территориальные органы Росприроднадзора, что подтверждает заинтересованность населения РФ в получении достоверной информации об окружающей среде и желании обезопасить себя в экологической сфере [1].

Получение достоверной информации о состоянии окружающей среды гражданами РФ может происходить путем анализа экологической отчетности предприятия или региона, но в то же время не давать полной картины локального вопроса в настоящий момент времени [2]. В таком случае, согласно п.5 ст. 4.2 Федерального закона от 10.01.2002 №7-ФЗ «Об охране окружающей среды» можно обратиться в территориальные органы исполнительной власти для получения доступа к информации о состоянии окружающей среды на безвозмездной основе[3].

В целях реализации статьи 68 Федерального закона № 7-ФЗ, во исполнение пункта 12 Перечня поручений Президента Российской Федерации В.В. Путина по реализации Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 27.02.2019 № Пр-294 об обеспечении привлечения граждан, представителей общественных объединений и иных некоммерческих организаций к участию в общественном экологическом контроле в качестве общественных инспекторов по охране окружающей среды Росприроднадзором осуществляется взаимодействие с общественными инспекторами по охране окружающей среды [1].

Общественный экологический контроль (далее - ОЭК) – механизм, обеспечивающий независимый и объективный контроль за состоянием окружающей среды и соблюдением экологических норм и требований. Он может иметь разную направленность, поэтому выделяют следующие виды общественных инспекторов:

— общественный инспектор по охране окружающей среды (Приказ Министерства природных ресурсов и экологии РФ от 12.07.2017 №403) ,

— общественный лесной инспектор (Приказ Федеральной службы лесного хозяйства об утверждении Примерного положения об общественной лесной инспекции от 4 января 1994 года №6);

— общественный инспектор в области обращения с животными (Приказ Министерства природных ресурсов и экологии РФ от 12.08.2020 №591);

— общественный земельный инспектор (ст.72.1 ЗК РФ от 25.10.2001 года);

— общественный водный инспектор (Приказ Федерального агентства по рыболовству от 17.04.2009 года №321).

В процессе знакомства с работой общественного экологического инспектора на базе Сибирского межрегионального управления Росприроднадзор выяснилось, что куратор общественных экологических инспекторов при составлении плана мероприятий со своим подчиненным в дальнейшем не получает какой-либо отчетности по факту проведения мероприятий, или получает, но очень редко. Из-за отсутствия каких-либо материалов о проведенной деятельности, становится сложно отслеживать динамику эффективности работы того или иного общественного экологического инспектора.

Основные проблемы, с которыми сталкивается общественный инспектор, состоят в следующем:

— основное образование не подразумевало наличие расширенных знаний в области экологии, поэтому остро ощущается нехватка знаний в области общественного экологического контроля;

— из-за основной работы не хватает времени на составление отчетности;

— недобросовестность общественных инспекторов - «получить корочки, чтобы были, сотрясать ими воздух и пугать население», некое злоупотребление полномочиями;

— негативное отношение населения к проверкам как государственных, так и общественных инспекторов;

— отсутствие взаимодействия внутри коллектива общественных инспекторов;

— небольшая численность общественных инспекторов и основная занятость не позволяют в полной мере реагировать на жалобы.

Данные факты были подтверждены экспертным мнением в лице общественного инспектора в области обращения с животными.

Рассматривая правовые и организационные особенности реализации ОЭК, следует предложить направления по совершенствованию данной деятельности:

— внести изменения в законодательство в части отбора общественных инспекторов. Принимать в ряды общественных экологических инспекторов людей, которые имеют высшее образование, соответствующее экологической деятельности (ветеринария, лесное дело, экология и т.д.). Данное изменение повысит эффективность работы, так как общественные экологические инспекторы будут уже более сознательно подходить к своим обязанностям;

— обязать общественных экологических инспекторов при фиксации экологического правонарушения составлять акты осмотра с соответствующими доказательствами, а также присылать отчеты о проведенной деятельности, в соответствии с утвержденным планом мероприятий по охране окружающей среды. Данная система позволит реагировать органам исполнительной власти по факту, а не по звонку с жалобой, и позволит отслеживать статистику эффективности работы общественных инспекторов;

— расширить полномочия общественных экологических инспекторов в части обеспечения безопасности в случае опасности при фиксации экологического правонарушения (привлекать в сопровождение органы правопорядка, если правонарушение повторялось неоднократно);

— на базе территориального управления Росприроднадзора для начинающих общественных экологических инспекторов внедрить обязательные курсы повышения экологической грамотности, взаимодействию с населением, фиксации экологических правонарушений.

Таким образом, ОЭК является важным инструментом защиты экологических прав граждан и интересов общества в целом. Его эффективность зависит от правовой базы, доступности информации и активности общественности. Развитие ОЭК может стать одним из путей улучшения экологической ситуации в стране и повышения качества жизни граждан.

Список литературы

1. Доклад о деятельности Федеральной службы по надзору в сфере природопользования в 2022 году [Электронный ресурс] // Росприроднадзор [сайт]. – URL:

https://rpn.gov.ru/upload/iblock/b98/k9nznaxvcxcxgd9c5asth9vp8ma4dp2r/Doklad-2022.pdf (дата обращения 10.05.2023).
2. Власова Д.А., Цускман Е.И. Инициативная экологическая отчетность как механизм реализации прав граждан на доступную информацию об окружающей среде [Электронный ресурс] : АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ/ Сборник материалов XI Международной научно-практической конференции// Изд.:ООО «ИРОК», ИП Овчинников Михаил Артурович, 2022, с.163-167. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=49743663 (дата обращения 10.05.2023)**.**
3. Федеральный закон от 10.01.2002 N 7-ФЗ (ред. от 14.07.2022) "Об охране окружающей среды" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2023) [Электронный ресурс] URL https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/b850021a75bea5a4c205b365d32b169459b31417/ - Доступ из СПС «Консультант-Плюс» (дата обращения 10.05.2023).

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОВАЙДЕРЫ КАК ОПТИМИЗАТОРЫ РЫНКА

Д.Е. Гордиенко, В.В. Тропникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
hivaygg@gmail.com

Рассмотрены внешние и внутренние факторы, влияющие на развитие рынка логистических услуг. Выявлены основные тренды современного этапа рынка грузоперевозок. Показаны основные задачи развития логистических провайдеров. Сделан вывод, что оптимизация в логистике связана с значительным усилением конкурентных отношений, включающим ценовые и неценовые характеристики для привлечения клиентов.
Ключевые слова: рынок, логистика, провайдеры, грузоперевозки.

Актуальность рассмотрения вопросов темы связана с изменением рынка логистических услуг. Рассмотрим факторы, оказавшие значительное влияние на его развитие. Так, в 2020-2021 гг. транспортный комплекс страны ощутил геополитические изменения в результате ограничений из-за Covid-19. Деловая активность была снижена, перемещения граждан минимизированы. Программа по

развитию и формированию единого транспортного пространства и инфраструктуры, демонстрировавшая положительную динамику, целевых индикаторов не достигла. «По уточненным данным Росстата, объем перевозок грузов по транспортному комплексу в 2021 году составил 7,03 млрд тонн (101,75 % к уровню предыдущего года)»[1, С.4]. «На фоне стабилизации перевозок грузов в 2021 году объемы доставки грузов внутренним водным транспортом по отправлению в районы Крайнего Севера снизились к 2020 году на 3,9%, и составили 16,9 млн тонн, в том числе нефти и нефтепродуктов; сухогрузов – 13,9 млн тонн (-5,1 %), что обусловлено сокращением в условиях пандемии деятельности обслуживающих предприятий и другими следствиями снижения экономической активности»[1, С.4]. Тревогу вызывает не выполненные стратегические цели по созданию мультимодальных логистических центров в транспортных узлах (5%), введены в эксплуатацию после реконструкции только 29% взлетно-посадочных полос. Отсутствует ввод в эксплуатацию скоростных транспортных коммуникаций и высокоскоростных железнодорожных линий (0% или 0 км). Это связано с недостатком бюджетного финансирования, отсутствием проектов развития и пандемийными ограничениями.

Формирование спроса в 2022 г. связано с внешними факторами, такими как: сдвигом внешней торговли на Восток, появлением новых маршрутов и усложнением цепочек поставок. Предложение по логистическим услугам в сегментах автомобильных, морских перевозок было значительно изменено в стоимостном объеме; тарифы логистических компаний с 2021 г. повысились, что в конечном итоге увеличило выручку при сокращении грузоперевозок. Произошло резкое снижение международных потоков в морских портах и авиаперевозок: на 23% и 57% соответственно[2]. Данная ситуация способствовала иному подходу к бизнесу в логистике, разнонаправленным процессам: углублению отношений между логистическими посредниками и усилением конкурентных отношений между ними. Трендами стала клиентоориентированность, увеличение скорости доставки и изменение в сторону улучшения качественных показателей с одновременным укрупнением транспортных компаний. Особенностью международного логистического бизнеса в 2023 г. является прогнозируемое падение в среднем на 15 % объемов экспортно-импортных поставок и одновременный рост транспортировки по внутренним российским логистическим маршрутам на аналогичное значение. Направления развития связаны с технологичностью бизнеса, а также укрупнением. Санкционные ограничения привели к использованию логистических

посредников. Терминология «логистический посредник», чаще называемых «логистическим провайдером» образована от соединения двух значений – «логистика» и «провайдер», объединенная сущность которых сводится к пониманию в экономическом смысле компании, которая имеет целью доставку сырья, готовой продукции в определенном количестве, в указанные сроки, используя при доставке минимальные издержки, задействуя организационно-управленческие, производственно-технологические и инновационные решения в целях удовлетворения потребностей потребителей логистических услуг [3]. Формы собственности логистического посредника могут быть различны.

«Корректировка» логистики происходит за счет объединения рынка грузоперевозок. Региональный срез отмечен развитием маркетплейсами и увеличением онлайн сервисов, что сопутствует значительному расширению распределительных логистических центров. Провайдеры в логистике оказывают расширенный спектр услуг, помимо складирования, транспортировки, управлении запасами, начинают выполнять консалтинговые функции, включающие прогнозирование рынка и ценообразования, проведение маркетинговых исследований по возможной стратегии использования и оптимизации складских помещений, повышению эффективности работы склада, выявлению ограничений и точек роста на складах, сокращению количества прокламаций, распределению рабочих мест, повышению компетенций работников склада. Перспективные задачи развития логистических провайдеров, например, таких как LSConsulting, связаны с детальным анализом, эффективным концептом развития цепей поставок, модернизацией существующих складов с расчетом топологии, различные виды визуализации в BIM среде, 3D моделирование, видеонаблюдения на всех этапах прохождения грузов, использование инструментов языков программирования при работе логистики и другие.

Таким образом, развитие рынка логистических услуг напрямую зависит от транспортной инфраструктуры. Так, например, мощностей Транссибирской магистрали, недостаточно. Поиск альтернативных поставщиков указывает на такие страны, как Турция, Индия, Вьетнам.

Оптимизация в логистике выходит на другой уровень, а конкурентные отношения, как и в любом бизнесе, привносят живую струю ценовых и неценовых характеристик цифровизированных логистических решений, способствующих развитию единого транспортного пространства Российской Федерации, в соответствии с задачами опережающего развития транспортной инфраструктуры.

Список литературы
1. Минтранс РФ. Доклад о реализации Транспортной стратегии РФ на период до 2030 года. Отчетный период: 2021 год. [Электронный ресурс]. URL: https://mintrans.gov.ru/ministry/targets/187/191/documents (дата обращения: 12.04.2023).
2. Эксперт: рынок транспортно-экспедиторских услуг 2022 год «завершил в плюсе»//Логистика в России. 02.02.2023 [Электронный ресурс]. URL:https://goo.su/2NZ2rg(дата обращения: 13.04.2023).
4. Калентеев С. В., Кузменко Ю. Г. О проблемах терминологии современной логистики в РФ // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2012. №30. С.156-URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-problemah-terminologii-sovremennoy-logistiki-v-rf
5) (дата обращения: 13.04.2023).
5. Грамматчиков А. Логистика уходит в маневры// Эксперт. 12.09.2022
6) [Электронный ресурс].URL: https://expert.ru/expert/2022/37/logistika-ukhodit-v-manevry/(дата обращения: 13.04.2023).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ МЕХАНИЗМОВ СИСТЕМЫ ОБРАЩЕНИЯ С ТВЕРДО-КОММУНАЛЬНЫМИ ОТХОДАМИ В РЕГИОНАХ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Н.А. Конев, Е.И. Цускман
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
e.i.cuskman@edu.nsuem.ru

В статье рассмотрены организационно-правовые особенности системы обращения с твердо-коммунальными отходами в регионах Сибирского федерального округа, наиболее успешно выполняющих целевые показатели федеральных проектов в области обращения с отходами, а также приведено их сравнение для выявления наиболее эффективных практик.

Ключевые слова: обращение с твердо-коммунальными отходами, раздельный сбор отходов, вторично-материальные ресурсы, территориальная схема в области обращения с отходами, региональная политика в области обращения с твердо-коммунальными отходами.

Развитие системы обращения с твердо-коммунальными отходами (далее ТКО) является одной из составляющих экологически безопасного и устойчивого развития территорий и сохранения благоприятной окружающей природной среды. Современный вектор развития системы обращения с ТКО в России ориентирован на принципы экономики замкнутого цикла, т.е. максимальном снижении количества ТКО, отправляемых на захоронение, и их максимальном включении в повторный экономический оборот, что не возможно без работающих на практике экономических и организационно-правовых инструментов.

Целью данной работы является изучение подходов к формированию организационно-правовых механизмов сферы обращения с ТКО в регионах Сибирского федерального округа (далее СФО) и сравнение их между собой для выявления наиболее успешных практик, которые можно внедрять в других регионах.

Для исследования выбрана территория СФО, т.к. для его субъектов характерны большие расстояния между населенными пунктами, неравномерное размещение населения, специфичные природно-климатические и социально-экономические условия, которые формируют ряд особенностей системы обращения с ТКО, и во многом усложняют ее развитие.

Анализ регионов СФО по уровню развития системы обращения с ТКО произведен на основании относительных показателей реализации федерального проекта «Комплексная система обращения с ТКО». Высокий уровень развития демонстрируют региона максимально приближающиеся к выполнению целевых показателей, установленных Указом Президента РФ от 21.07.2020 N 474, по направлению к 2030г 100% от образованных ТКО на сортировку и снижения захоронения до 50%, а также высоким процентными показателями по утилизации. Так наиболее эффективными регионами в СФО являются: Красноярский край (79,7% отправлено в 2021г на захоронение, 40,4% на обработку, 9,3% на утилизацию), Кемеровская область (53,7% отправлено в 2021г на захоронение, 37,8% на обработку, 0,4% на утилизацию) и Омская область 48,7% отправлено в 2021г на захоронение, 42,7% на обработку, 1,4% на утилизацию) [1].

Сравнительный анализ организационно-правовых механизмов регионов-лидеров СФО в сфере обращения с ТКО, проведен по следующим параметрам: ответственный орган исполнительной власти за разработку и реализацию региональной политики в сфере обращения с ТКО; наличие региональной законодательной базы и государственной

поддержки, стимулирующих развитие системы обращения с ТКО; развитие мусороперабатывающей промышленности (применение НДТ, формирование промышленных кластеров и т.п.); особенности тарифного регулирования; подход к несанкционированным свалкам и полигонам (включение в федеральные проекты и пр.); подход к организации вывоза ТКО и вторично-материальных ресурсов (ВМР) с малых населенных пунктов и городов, организация системы раздельного сбора отходов (РСО). Для анализа использовались материалы, представленные в территориальных схемах по обращению с отходами, в том числе с ТКО на территории Красноярского края, Кузбасса и Омской области [2,3,4].

Проведенный анализ наиболее эффективных практик в области обращения с ТКО в регионах СФО показал, что все три сравниваемые регионы применяют следующие общие организационно-правовые механизмы:

1. Разработку и реализацию региональной политики в сфере обращения с ТКО и в целом отходами осуществляет региональное Минприроды;
2. Все выявленные свалки на территории субъектов включены в территориальные схемы по обращению с отходами для дальнейшей рекультивации;
3. Проведен морфологический анализ ТКО для обоснования необходимости внедрения РСО, промышленной инфраструктуры по обработке, обезвреживанию, утилизации ТКО и корректировки нормативов накопления для разных муниципалитетов;
4. Наиболее эффективным способом организации РСО от населения признана двойная система контейнерного накопления (ВМР + ТКО), с последующей отправкой на автоматизированные МСК, в близи которых должны находится объекты обработки и утилизации;
5. В 2-х из 3-х сравниваемых регионах существует система кластеров, за которые отвечают отдельные рег. операторы. Каждый кластер создается с привязкой к конкретным объектам обработки, обезвреживания, утилизации и размещения ТКО. Все объекты должны применять НДТ;
6. С малых населенных пунктов ТКО эффективно направлять на ПВН или МПК с обязательным отделением ВМР на малых МСК, с последующей отправкой на комплексные объекты обращения с ТКО;
7. В тарифы всех сравниваемых регионов включены затраты на строительство и модернизацию промышленных объектов по обращению с ТКО;

8. Во всех регионах предусмотрена бюджетная (региональная) поддержка развития сферы обращения с ТКО, в первую очередь направленная на развитие промышленной инфраструктуры. Также в Красноярском крае и Кемеровской области созданы правовые механизмы для стимулирования РСО.

Таким образом, данные организационно-правовые механизмы могут быть тиражированы в других регионах с учетом характерных для них особенностей, для формирования устойчивой эффективной сферы обращения с ТКО и выполнением национальных целей и целевых показателей.

Список литературы:

1. Доклад о деятельности Федеральной службы по надзору в сфере природопользования в 2022 году [Электронный ресурс] // Росприроднадзор [сайт]. – URL: https://rpn.gov.ru/upload/iblock/b98/k9nznaxvcxcxgd9c5asth9vp8ma4dp2r/Doklad-2022.pdf (дата обращения 27.04.2023);
2. Территориальная схема обращения с отходами, в том числе с твердыми коммунальными отходами, в Красноярском крае [Электронный ресурс] // Министерство экологии и рационального природопользования Красноярского края [сайт]. – URL: http://www.mpr.krskstate.ru/page13552 (дата обращения 29.04.2023);
3. Территориальная схема обращения с отходами производства и потребления в Омской области [Электронный ресурс] // Министерство природных ресурсов и экологии Омской области [сайт]. – URL: https://omskportal.ru/oiv/mpr/terr-schema (дата обращения 28.04.2023);
4. Территориальная схема обращения с отходами производства
5. и потребления, в том числе с твердыми коммунальными отходами, Кемеровской области – Кузбасса [Электронный ресурс] // Министерство природных ресурсов и экологии Кузбасса [сайт]. – URL: http://kuzbasseco.ru/obrashhenie-s-otxodami/territorialnaya-sxema-obrashheniya-s-otxodami-proizvodstva-i-potrebleniya-v-tom-chisle-s-tverdymi-kommunalnymi-otxodami-kemerovskoj-oblasti-kuzbassa/ (дата обращения 28.04.2023).

АВТОМАТИЗАЦИЯ ГЕОДЕЗИЧЕСКИХ РАБОТ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОБЪЕМА ЗАХЛАМЛЕННЫХ ЗЕМЕЛЬ ПРИ ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

А.М. Нагибнев, А.Р. Никулин, Д.О. Григорьев
Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин)
a.nikulin032@gmail.com

В работе рассматриваются возможности экологического мониторинга за свалками твердых бытовых отходов (ТБО). Реализация данного метода осуществляется при помощи традиционных геодезических измерений (нивелирование по квадратам), на основании которых производится автоматизированный расчет в программном комплексе КРЕДО ОБЪЕМЫ. Для наглядности составляется разрез исследуемых поверхностей.
Ключевые слова: ТБО, твердые бытовые отходы, нивелирование по квадратам.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что на данный момент существует большое множество свалок ТБО, за которыми необходим экологический мониторинг. Первостепенной задачей при производстве такого мониторинга является решение задач экологической безопасности, поскольку они обеспечивают нормальное и устойчивой развитие территории в рамках села, района, города или страны в целом.

При решении задач экологического мониторинга необходимо проводить инструментальные замеры захламленных территорий. На сегодняшний день наиболее точным является применение спутниковых приемников, которые позволяют в кратчайшее время представить информацию о площади и объеме территории, подверженной загрязнению. Однако при производстве геодезических работ спутниковой аппаратурой возникает необходимость определению количества точек измерений, чтобы более полноценно отобразить ситуацию.

В данной работе представлена методика расчета объема земляных масс, с применением классического метода - нивелирования и разделения участка на квадраты со стороной 20 м и дальнейшей обработки в программном продукте КРЕДО ОБЪЕМЫ.

На первом этапе работы произвелось нивелирование по квадратам на реальном участке мусорного полигона. При помощи нивелира и

рейки были получены данные, необходимые для дальнейшей работы. По завершении камеральных работ были получены координаты вершин квадратов, на которые разбивалась территория.

Далее производилось составление каталогов координат для исследуемой территории и для горизонтальной площадок. Координаты точек в 2-х каталогах были одинаковыми так как исследование производилось на одной площадке, а вот отметки вершин квадратов отличались в зависимости от типа составляемой поверхности.

Оба каталога были загружены в программный комплекс КРЕДО ОБЪЕМЫ, и на основании их построены поверхности. Затем при автоматизированной обработке данных за счет наложения поверхностей была получена готовая картограмма земляных работ.

В заключение хотелось бы сказать, что расчет в программном комплексе КРЕДО объемы существенно сокращает время работы над проектом, повышает точность измерений и упрощает процесс подсчета объемов захламленных земель.

Список литературы

1. Геодезическая съемка полигонов ТБО [электронный ресурс]. – режим доступа: https://srvgeo.ru/blog/geodezicheskaya-semka-poligonov-tbo
2. Попов В.Н., Чекалин С.И. «Геодезия», Москва, 2007г.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММЫ «КРЕДО ОБЪЕМЫ» ПРИ РАСЧЕТЕ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ

А.Р. Никулин, А.М. Нагибнев, Д.О. Григорьев
Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин)
a.nikulin032@gmail.com

В работе рассматриваются возможности экологического мониторинга за свалками твердых бытовых отходов (ТБО). Реализация данного метода осуществляется при помощи традиционных геодезических измерений (нивелирование по квадратам), на основании которых производится автоматизированный расчет в программном комплексе КРЕДО ОБЪЕМЫ. Для наглядности составляется разрез исследуемых поверхностей.

Ключевые слова: ТБО, твердые бытовые отходы, нивелирование по квадратам.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что на данный момент существует большое множество свалок ТБО, за которыми необходим экологический мониторинг. Первостепенной задачей при производстве такого мониторинга является решение задач экологической безопасности, поскольку они обеспечивают нормальное и устойчивой развитие территории в рамках села, района, города или страны в целом.

При решении задач экологического мониторинга необходимо проводить инструментальные замеры захламленных территорий. На сегодняшний день наиболее точным является применение спутниковых приемников, которые позволяют в кратчайшее время представить информацию о площади и объеме территории, подверженной загрязнению. Однако при производстве геодезических работ спутниковой аппаратурой возникает необходимость определению количества точек измерений, чтобы более полноценно отобразить ситуацию.

В данной работе представлена методика расчета объема земляных масс, с применением классического метода - нивелирования и разделения участка на квадраты со стороной 20 м и дальнейшей обработки в программном продукте КРЕДО ОБЪЕМЫ.

На первом этапе работы произвелось нивелирование по квадратам на реальном участке мусорного полигона. При помощи нивелира и рейки были получены данные, необходимые для дальнейшей работы. По завершении камеральных работ были получены координаты вершин квадратов, на которые разбивалась территория.

Далее производилось составление каталогов координат для исследуемой территории и для горизонтальной площадок. Координаты точек в 2-х каталогах были одинаковыми так как исследование производилось на одной площадке, а вот отметки вершин квадратов отличались в зависимости от типа составляемой поверхности.

Оба каталога были загружены в программный комплекс КРЕДО ОБЪЕМЫ, и на основании их построены поверхности. Затем при автоматизированной обработке данных за счет наложения поверхностей была получена готовая картограмма земляных работ.

В заключение хотелось бы сказать, что расчет в программном комплексе КРЕДО объемы существенно сокращает время работы над проектом, повышает точность измерений и упрощает процесс подсчета объемов захламленных земель.

Список литературы
1. Геодезическая съемка полигонов ТБО [электронный ресурс]. – режим доступа: https://srvgeo.ru/blog/geodezicheskaya-semka-poligonov-tbo
2. Попов В.Н., Чекалин С.И. «Геодезия», Москва, 2007г.

«ЗЕЛЕНАЯ» ЛОГИСТИКА: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Д.В. Новоселов, В.В. Тропникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
dvnovoselov2000@gmail.com

Рассмотрена проблема устойчивого развития в экологической и экономической сферах, частью которой является «зеленая» логистика. Показаны основные задачи развития логистической службы на примере нефтегазовых компаний. Сделан вывод, что перспективы развития «зеленой» логистики в условиях геополитического и экономического кризисов фокусируются на учете экологических проблем в целях снижения пагубного воздействия на окружающую среду.
Ключевые слова: «зеленая» логистика, устойчивое развитие, экология.

Актуальность темы связана с «концепцией устойчивого развития, предполагающей сбалансированное решение социально-экономических задач, сохранению природно-ресурсного потенциала, отсутствием избыточного давления на природу, в целях удовлетворения потребностей как нынешнего, так и будущих поколений»[1, С.104]. Законодательные решения по вопросам экологии характеризуются ужесточением. Так, принят закон о регулировании выбросов парниковых газов, по нацпроекту «Экология» планируется полная переработка отходов, объемы захоронений бытовых отходов к 2030 г. будут сокращены на 50%[2;3]. Однако, аналитические отчеты о деятельности бизнеса свидетельствуют о низкой заинтересованности: только 18% компаний занимаются вопросами экологии. Проблемы перехода на «экологическое» ведение бизнеса в любой сфере научное сообщество активно стремится реализовать в практической деятельности. Особую озабоченность вызывают нефтегазовые

компании, экологические принципы в части логистических процессов которых зачастую не соответствуют необходимым требованиям в части транспортировки и хранения нефтепродуктов, формирование требований реализуется по минимальному критерию. Данное обстоятельство позволяет предположить, что нефтегазовые компании имеют приоритеты окупаемости инвестиционных вложений и роста чистого дохода, не заботятся о снижении загрязнений и экономии ресурсов. Государственное налоговое регулирование и внедрение новых технологий, например, реверсивной логистики, способствуют изменению ситуации в положительную сторону [4;5]. Терминология «зеленая» логистика связана с «экологическим» рациональным проектированием движения материальных потоков на всех стадиях с учетом деструктивного и разрушающего воздействия на окружающую среду, а также оптимизацией ресурсопотребления в отраслях[6]. С 1980 г. мировое сообщество ввело понимание «социальной ответственности бизнеса», что в смешанной экономике является фактором конкурентного преимущества. Рассмотрим яркие примеры развития «зеленой» логистики в нефтегазовом секторе российской экономики. Так, нефтяные компании использовали аспекты «зеленой» логистики через «технологию обратной закачки попутного нефтяного газа (в пласт) взамен сжигания его (на факелах) …после изменениям налогов на добычу полезных ископаемых»[7, С.16].

Анализ источников по работе нефтегазовых компаний показал, что основными сдерживающими факторами являются: - низкая общественная заинтересованность по вопросам последствий антропогенного воздействия; - отсутствие нормативной законодательной базы, стимулирующей применение «зеленой» логистики; - высокие издержки использования «зеленых» технологий и другие.

Наличие положительных примеров использования «зеленой» логистики говорит о понимании руководством фирм целей концепции устойчивого развития.

Так, изменение технологий эксплуатации нефтепроводов, внедрение автоматизированной системы управления, использование спутникового контроля, дронов позволило увеличить безопасность на магистральных нефтепроводах в ПАО «Транснефть». Логистика на транспорте ПАО НК «Роснефть» осуществляется с бортовых систем мониторинга всех транспортных средств, видеорегистраторов и спутниковым мониторингом. Северные регионы РФ, осваиваемые ПАО «Газпромом», осуществляют внедрение интеллектуальных цифровых

систем при управлении морскими перевозками нефти, что изменяет в лучшую сторону эффективность логистики[7].

Вышеизложенное позволило сделать вывод о перспективах формирования баланса интересов экологической и экономической деятельности фирм любой формы собственности. Эффективность «зеленой» логистики в долгосрочной перспективе принесет ощутимый результат [8].

Опрос групп студентов групп 11-Л201-203, в количестве 64 человек, средний возраст 18 лет, свидетельствует, что все студенты осведомлены об экологических проблемах; здраво рассуждают о необходимости соблюдения основных безопасных правил ведения логистического бизнеса в целях не нанесения вреда окружающей среде в будущей профессиональной деятельности; их потребности в потреблении экологичной продукции также оценены максимально. 30% студентов готовы взять на себя косвенную нагрузку при формировании ценообразования при потреблении экологичной продукции. Желание в дальнейшем трудиться в логистической области связано с пониманием обязательной «зеленой» направленности инновационного логистического управления эколого-ориентированной системы. По мнению студентов, дальнейшее государственное регулирование вопросов «зеленой» логистики связано с инвестированием в мультимодальные центры, повышающие эффективность логистических фирм в стране.

Список литературы

1. Ефимова О.В., Пшукова К.А. Трансформация видов потерь в концепции устойчивого развития транспортной системы Российской Федерации// Транспортное дело России. 2021. №2. С.108-107.

2. Экология. Национальный проект. [Электронный ресурс]. URL: https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/ekologiya(дата обращения: 10.04.2023).

3. ФЗ от 14 июля 2022 г. № 268-ФЗ “О внесении изменений в Федеральный закон «Об отходах производства и потребления» [Электронный ресурс]. URL: https://goo.su/BDQ25 (дата обращения: 10.04.2023).

4. Канке А. А., Александров О. А. Реверсивная логистика в российских организациях: теоретические и практические аспекты // Вестник ГУУ. 2017. №5. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/reversivnaya-logistika-v-rossiyskih-organizatsiyah-teoreticheskie-i-prakticheskie-aspekty (дата обращения: 11.04.2023).

3. Шахназарян С.А., Зуева О.Н. Исследование затрат при осуществлении процессов реверсивной логистики// Journal of new economy. 2015. №3 (59). С.110-116.
4. Сосновская М.С. Проблемы и перспективы развития "зеленой" логистики в России // Инновационная наука. 2018. №5. С. 143–147.
5. Кархова С.А., Вяжевич К.А. Реализация принципов «зеленой» логистики в программах устойчивого развития предприятий нефтегазового комплекса//Материалы II Международной научно-практической конференции, Уральский государственный экономический университет. Екатеринбург. 2021. С.12-17.Белова Е.А., Жевтун И.Ф., Карбышев А.В. «Зеленые технологии» в логистике и упралении цепями поставок // Вестник Академии знаний. 2021. №2 (43). С. 56-62.

ПРИМЕНЕНИЕ КВАДРОКОПТЕРА ПРИ ЭКОЛОГИЧЕСКОМ МОНИТОРИНГЕ ЗЕМЕЛЬ

С.Е. Танчило, Д.О. Григорьев
Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин)
s.tanchilo@sibstrin.ru

В работе рассматриваются возможности использования беспилотного летательного аппарата любительского класса при экологическом мониторинге земель, в частности водных обьектов. В качетсве примера приводится способ топографической съемки земельного участка со слабо выраженным рельефом с использованием БПЛА, который основан на применении квадрокоптера и обработки полезных данных в программных продуктах КРЕДО ТРАНСФОРМ, КРЕДО ДАТ, Autocad
Ключевые слова: топографическая сьёмка, квадрокоптер, слабо выраженный рельеф, фотоплан.

Экологический мониторинг посредством использования БПЛА решает важнейшие задачи, связанные с различными сферами хозяйственной деятельности и позволяет избежать экономических потерь, снизить экологические риски и решить ряд существенных задач [1], таких как: наблюдение за состоянием окружающей среды (контроль атмосферных выбросов, динамика наводнений, распространение

лесных пожаров, оценка состояния почв, инвентаризация сельскохозяйственных угодий); получение точных геопространственных данных для строительства объектов.

Состояние водных объектов является важной проблемой нашего века, поэтому отслеживанию их состояния уделяется особое внимание. Современное оборудование для топографической съемки и системы глобального спутникового позиционирования позволяют всё чаще отступать от классических методов съемки, сократить временные затраты и количество специалистов, задействованных в процессе. Современный БПЛА- это своеобразный «Летающий компьютер», который применяется в сельском хозяйстве, электроэнергетике, логистике, геодезии и само собой в визуальном мониторинге. Беспилотная система может использоваться для создания топографического плана любого водного объекта, выполнять точную фото- и видеосъемку с помощью систем ГНСС с целью анализа береговой линии в паводковой период, предоставлять информацию об объеме загрязнения водной глади с целью оперативной ликвидации его последствий [2].

В качестве подтверждения возможности использования БПЛА в данной сфере, была проведена работа по созданию топографического плана местности со слабо выраженным (т.е. максимально близким к поверхности водоемов) рельефом.

Съемка фотоплана проводилась с любительского БПЛА-квадрокоптера DJI Mavic pro. Данный квадрокоптер имеет массу 734г, оснащён камерой разрешением 12.35мп, закреплённой на трёхосевом подвесе, с углом захвата 78.8о и максимальным размером изображения 4000х3000пикс [3].

В программе «КРЕДО Трансформ» была выполнена аффинная трансформация фотоплана. Для этого фотоплан был импортирован в программу, как изображение и каждому из опознавательных знаков на местности присвоены условные координаты, полученные в результате теодолитного хода. После выполнения аффинной трансформации, в программе Autocad фотоплан был отмасштабирован в масштаб 1:500.

По результатам сравнения можно сделать вывод о том, что в среднем различие в линейных величинах полученных по ортофотоплану и натурных измерений находятся в пределах 15–40 см, угловых в пределах 10–15 минут. Для масштаба 1:500 это грубые значения, поскольку точность этого масштаба составляет 5 см, но для масштаба 1:2000 данные значение допустимы.

Список литературы

1. Мониторинг и контроль водных объектов квадрокоптером [электронный ресурс]. - Режим доступа: https://enterprise.4vision.ru/otrasli/obshestvennaya-bezopasnost/monitoring-i-kontrol-vodnyh-obektov/ (дата обращения 28.04.2023).
2. Практика применения БПЛА для мониторинга и охраны водных биоресурсов [электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.tbforum.ru/blog/praktika-primeneniya-bpla-dlya-monitoringa-i-ohrany-vodnyh-bioresursov (дата обращения 28.04.2023)
3. Летательный аппарат Mavic PRO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.dji.com/ru/mavic (Дата обращения 28.04.2023).

СЕКЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

РИСКИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

С.Н. Былин, Н.А. Чуркина
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
nb1468@ngs.ru

Искусственный интеллект становится элементом повседневной жизни человека. Сегодня искусственный интеллект успешно заменяет функции человека, даже в сфере творчества и науки, то есть в тех областях, которые изначально выступали прерогативой человека. Ряд ученых и общественных деятелей призывают к ограничению искусственного интеллекта в связи с его значительной опасностью, которая может проявиться уже в ближайшее время

Ключевые слова: искусственный интеллект, опасность, человечество, информатизация общества, нейросеть

Идея создания искусственного существа, наделенного разумом, привлекала внимание человечества с давних времен. И уже с древности возникло представление о серьезной опасности, которая может исходить от такого рода изобретения. В 90-е годы XX века развитие ИИ шагнуло значительно вперед. В настоящее время ИИ можно типологизировать на два класса – слабый и сильный.

Слабый ИИ – однозадачный, он способен только к определенному ограниченному функционированию, для которого он и был создан. Например, голосовой помощник Алиса, созданный компанией Яндекс, которая распознает речь, может общаться с человеком на разные темы. Кроме беседы голосовой помощник может искать музыку, включить будильник и пр. В беседе с Алисой может возникнуть ощущение, что мы имеем дело с живым мыслящим существом, но это не так. По мнению А.А.Морозовой, Алиса имеет определенные проблемы: использование стереотипных фраз при непонимании сути вопроса, неэффективное развитие беседы и пр. [1].

Сильный ИИ сопоставим с человеческим разумом: он способен к решению разнообразных задач широкого спектра, также способен к обучению, а в плане интеллекта может превосходить человека.

В настоящее время подобные когнитивные агенты еще не созданы, тем не менее, ряд ученых и общественных деятелей, в частности И.Маск постоянно акцентируют внимание на опасностях ИИ. С Маском согласны и многие другие эксперты, например, IT-эксперт Э. Юдковский, полагает, что ИИ сможет физически уничтожить все человечество [2]. Так, в интервью на канале CNBC робот по имени София на вопрос «Хочешь ли ты уничтожить человечество?» ответила согласием. Так в чем может быть опасность ИИ? (Таблица 1).

Таблица 1 – Опасные проявления ИИ

Опасное проявление ИИ	Характеристика опасного проявления ИИ
Физическое уничтожение человечества	Смертоносные автономные системы. Например, созданный в Южной Корее робот SGR-A1, который вооружен гранатометом и автоматом, и охраняет границы страны; система искусственного интеллекта Alpha, от компании Psibernetix способна превзойти человека в поединке на симуляторе воздушного боя и др. Робот не может нести ответственность за свои действия, соответственно это может быть основанием для запрещения создания и использования роботизированных солдат.
Замена человека ИИ	Развитие ИИ ставит вопрос о месте человека в информационном обществе. Человек превращается в придаток ИИ. ИИ заменит человека и многие профессии могут исчезнуть в ближайшее время. Это профессии переводчика, водителя, юриста, уборщика, курьера и даже врача. ИИ более эффективен в анализе больших объемов информации, способен использовать алгоритмы для принятия решений, автоматизировать процессы своей деятельности. Уже сейчас люди могут терять работу в связи с заменой их роботами и разных сферах жизни из-за очевидных преимуществ ИИ в выполнении разнообразных функций.

Продолжение Таблицы 1

Опасное проявление ИИ	Характеристика опасного проявления ИИ
Сращение человека с ИИ	Люди на протяжении веков мечтали улучшить и усовершенствовать себя. С появлением ИИ эта мечта сможет стать реальностью. Идеологией, поддерживающей сращение человеческого мозга и ИИ, выступает идеология трансгуманизма. Идеалом трансгуманизма является киборг, существо, соединяющее в себе элементы биологического организма и механических или электронных структур. Такое единство позволяет человеку продлить жизнь, улучшить ее качество и получить шанс выжить в неподходящих для человеческого организма условиях, например, на других планетах (сращение человека со скафандром). Примером киборгизации человека стал канадский инженер С. Манн, который стал создателем очков дополненной реальности, позволяющих видеть окружающее иначе, более четко. Помимо очков дополненной реальности можно отметить следующие киборг технологии – это бионические протезы, экзоскелеты, вживленные чипы и пр.
Доминирование машинного творчества над человеческим	Уже сейчас ИИ создает музыкальные и литературные произведения, картины, а также занимается научно-техническими разработками. Уже встает вопрос об авторских правах ИИ

В целом описанные опасности в некотором смысле относятся к будущему, но и в современных условиях уже существуют определенные проблемы, которые проистекают от ИИ.

ИИ в руках экстремистов и террористов способен нанести огромный ущерб миллионам людей.

В то же время, осознавая опасности ИИ, человечеству все-таки не стоит радикально останавливаться на пути его развития, так как преимущества от использования ИИ очень значительны. ИИ способствует прогрессу во всех сферах человеческой жизнедеятельности, служит прогрессу самого человека.

Список литературы
1. Морозова А. А. Речевой портрет голосового помощника «Алиса» // Вестник ЧелГУ. 2021. №9 (455). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoy-portret-golosovogo-pomoschnika-alisa (дата обращения 30.04.2023).
2. «Умрет вся биологическая жизнь на Земле»: Ученый Юдковский предупредил об угрозе человечеству от ИИ. URL: https://vkirove.ru/news/2023/04/01/umret_vsya_biologicheskaya_zhizn_na_zemle_uchenyy_yudkovskiy_predupredil_ob_ugroze_chelovechestvu_ot.html (дата обращения 30.04.2023).
3. Пороховский А.А. Человек и робот: технологизация versus гуманизация ноономики // ЭВР. 2021. №1 (67). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/chelovek-i-robot-tehnologizatsiya-versus-gumanizatsiya-noonomiki (дата обращения: 22.04.2023).

ЭТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

И. Д. Веприк, Н.А. Чуркина
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
nb1468@ngs.ru

Актуальность этической проблематики в современном обществе не ослабевает. Более того, необходимость определения правильного поведения относится уже не только к человеку, но затрагивает и функционирование искусственного интеллекта. Этическая проблематика охватывает такие вопросы современности как технологии искусственного интеллекта, проблемы моральной ответственности разработчиков технологий искусственного интеллекта, возможных негативных последствий использования технологий ИИ.
Ключевые слова: искусственный интеллект, этика, этические дилеммы, цифровая этика

Этика как наука, задает моральные ориентиры, на которые человек должен обращать внимание при осуществлении своей деятельности.

Теперь, когда в обществе появляются технологии, основанные на искусственном интеллекте, практическая сторона этики заметно актуализировалась. Перед человеком встают прикладные проблемы, которые необходимо решать коллективно и незамедлительно.

Искусственный интеллект, значимость которого в современном обществе неимоверно возросла, рассматривается исследователями как механизм формирования мышления, сходного с человеческим, в машинах.

В будущем такой интеллект станет обладать всеми признаками разума, свойственными человеку, станет функционировать самостоятельно, сможет принимать самостоятельные решения и действовать на их основе.

Для этого ИИ должен научиться осознавать себя и окружающий мир, овладеть чувствами и эмоциями, а также осуществлять выбор варианта действия не на основе шаблонных алгоритмов, вложенных в него разработчиками, а исходя из своего понимания ситуации. Кроме того, ИИ должен научиться самостоятельно ставить перед собой определенные цели и реализовывать их осознавая свои интересы и стремясь их осуществлять. Все это сделает ИИ похожим на человеческое сознание. При этом важно, чтобы цели ИИ не вступили в противоречие с целями как отдельного человека, так и человечества в целом.

В этих условиях актуализируется проблема этической обусловленности функционирования ИИ.

Возникнет необходимость создания специальных этических кодексов, регулирующих деятельность ИИ при решении разного рода этических вопросов. Однако в этом случае может возникнуть определенная проблема, так как некоторые этические вопросы существуют в виде дилемм – двух равнозначных вариантов выбора. Благодаря своей равнозначности в моральном плане такой выбор максимально затруднен: ценности, которые представляются человеку одинаково важными, вступают в противоречие [2].

Пример подобного затрудненного выбора приводит Ж.П. Сартр в своей работе «Экзистенциализм — это гуманизм». Философ описывает муки выбора молодого человека, который не знает, как ему поступить. Либо отправиться выполнять свой гражданский долг и сражаться за свободу Франции, либо остаться ухаживать за одинокой матерью [1]. Действительно, для человека подобный выбор чрезвычайно затруднен.

Актуальность проблематики разрешения этических дилемм возрастает в связи с появлением и развитием технологий

искусственного интеллекта. Этические дилеммы в функционировании ИИ могут быть достаточно разнообразны [3] (Таблица 1).

Таблица 1 – этические дилеммы функционирования ИИ

Этическая дилемма	Содержание этической дилеммы
Ответственность за принятие решения искусственным интеллектом	ИИ интеллект принимает решения, основываясь на своем понимании этической ситуации, что может прийти в противоречие с моральной оценкой ситуации человеком
Использование ИИ в качестве оружия	Большое количество жертв и разрушений и преимущества у стороны, применившей ИИ в качестве оружия
Вмешательство ИИ в вопросы благополучия, жизни и смерти человека	Принятие решения ИИ в медицине относительно диагноза, способов лечения пациентов, возможность причинения вреда пациенту, ответственность ИИ за смерть пациента; принятие решения ИИ относительно благополучия человека, а не механизма в беспилотном транспорте в случае аварии

Представляется, что функционирование ИИ должно строго контролироваться человеком и человек всегда должен быть в приоритете при принятии решения. Также недопустимо возлагать этическую ответственность за принятие решения исключительно на программу ИИ.

В свете тенденций усиления значимости ИИ в жизни людей необходимо обращать особое внимание на ряд сфер человеческой жизнедеятельности, в которых необходим особый контроль за функционированием ИИ с этической точки зрения. Это медицина, сфера военных технологий, правовая сфера, сфера безопасности и др. Однако, в то же время, необходимо, чтобы этические нормы не стали препятствием для эффективного развития технологи ИИ.

Список литературы

1. Сартр Ж.П. Экзистенциализм — это гуманизм. URL: https://scepsis.net/library/id_545.html (дата обращения: 22.04.2023).
2. Разин А. В. Моральные дилеммы // Вестник РУДН. Серия: Философия. 2014. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/moralnye-dilemmy.

3. Назарова Ю. В. Дилеммы этики искусственного интеллекта / Ю. В. Назарова, А. Ю. Каширин // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. – 2020. – № 4(36). – С. 23-31. – DOI 10.22405/2304-4772-2020-1-4-23-31. – EDN DLQZIN.
4. Ступка С. С. Искусственный интеллект и общество: биоэтические аспекты / С. С. Ступка // Исторические, философские, методологические проблемы современной науки : сборник статей 4-й Международной научной конференции молодых ученых, Курск, 20 мая 2021 года. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2021. – С. 161-167. – EDN BFHMXM.
5. Карпов В. Э., Готовцев П. М., Ройзензон Г. В. К вопросу об этике и системах искусственного интеллекта // Философия и общество. 2018. №2 (87). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-etike-i-sistemah-iskusstvennogo-intellekta (дата обращения: 22.04.2023).

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КОНТЕНТА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ОБРАЗОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ РОССИЙСКИХ СЕРВИСОВ

Д.Д. Татаринова, Е.А. Коряченцева
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
lisankor@mail.ru

В статье рассматриваются и анализируются особенности популярных средств для визуализации образовательного контента, проводится сравнительный анализ сервисов для визуализации. Авторы раскрывают понятие «визуализация информации», приводят результаты исследования предпочтений студентов при использовании сервисов визуализации информации для образовательных целей.
Ключевые слова: средства визуализации контента, визуализация образовательного контента, визуализация информации.

Проблема исследования: переход на отечественные программные продукты в связи с политикой импортозамещения и импортонезависимости.

Исследование направлено на изучение информированности студентов об отечественных и иностранных сервисах для визуализации образовательного контента.

Цель – выявить оценки и мнения студентов о цифровых сервисах для визуализации. Для реализации этой цели были поставлены следующие задачи: провести сравнительный анализ отечественных и иностранных сервисов; выявить мнения и предпочтения студентов о сервисах для визуализации. Приведены достоинства и недостатки как внутри одного сервиса, так и анализ основных часто используемых приложений между собой.

В ходе выявления мнений пользователей-студентов был использован метод опроса, реализованный с помощью Google Формы. Респондентам была предложена анкета на самозаполнение, состоящая из 10 вопросов, открытого и закрытого типа. Результаты приведены в статье в виде количественных данных и диаграмм (Рисунки 1-2). Сравнительный анализ приведен в форме таблицы (Таблица 7).

В ходе исследования удалось выяснить несколько факторов, которые мешают использованию российских сервисов для создания визуала. Также даны рекомендации по усовершенствованию и продвижению российских сервисов для визуализации контента.

Список литературы

1. Дербак Н.В. Методические рекомендации по визуализации учебной информации / Н.В. Дербак // Информатика в школе. – 2019. – № 10. – С. 31–35.
2. Микиденко Н. Л., Сторожева С. П. Цифровая образовательная среда: методология и практики исследования. – Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2022. – 156 с. – ISBN 978–5–91434–075–6.
3. «Об утверждении методических рекомендаций по переходу государственных компаний на преимущественное использование отечественного программного обеспечения, в том числе отечественного офисного программного обеспечения» // Минкомсвязь России. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: https://digital.gov.ru/ru/documents/6294/ (дата обращения: 01.12.2022).
4. Шувалова М. Импортозамещение в сфере IT [Электронный ресурс]. URL: https://www.garant.ru/article/1542142/ (дата обращения 01.12.2022).
5. Микиденко Н. Л., Сторожева С. П. Цифровые технологии в образовании: возможности и риски, преимущества и ограничения // Профессиональное образование в современном мире. – 2021. – Т. 11. – № 1. – С. 23–34. – DOI 10.20913/2618–7515–2021–1–12.

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ-АУДИОХОСТИНГИ: КАК ОЦЕНИВАЮТ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИХ ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

С.А. Кузнецов
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
semenk2002@yande.ru

В статье рассматриваются и анализируются популярные в России сервисы для прослушивания музыки, их недостатки и достоинства, проводится сравнительный анализ отечественных и иностранных сервисов для прослушивания музыки. Также в статье проанализирован опыт пользователей разных музыкальных сервисов и их оценки возможностей и ограничений российских музыкальных платформ.
Ключевые слова: музыкальные сервисы, музыка.

Музыкальные сервисы (они же – стриминговые сервисы для прослушивания музыки) — это компании, которые имеют доступ к хранилищам музыкального контента в цифровом виде и обеспечивают его воспроизведение по запросу пользователей через интернет на различных устройствах (смартфонах, беспроводных колонках, медиапроигрывателях и т.д.).

За последние 10 лет в индустрии потребления музыки произошла настоящая революция. По данным IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) еще в 2009 году чуть менее 70% всех локальных рынков в мире были сосредоточены на продаже физических носителей. К концу 2019 года продажи на физических носителях заняли второе место ($4,4 млрд) в структуре доходов индустрии, а аудиохостинги принесли ей $11,4 млрд — больше 50% от всех поступлений. Стоит отметить, что до глобального перехода пользователей к аудиохостингам, компании теряли колоссальную прибыль из-за распространенного пиратства.

Список литературы

1. Музыка онлайн бесплатно: как стриминг изменил музыкальную индустрию // Сайт: РБК. URL: https://trends.rbc.ru/trends/sharing/5ed93d989a7947c4be9c2cd1 (дата обращения: 22.04.2023).
2. «Сейчас произойдёт музыкальная революция»: история запуска iTunes и причины закрытия сервиса // Сайт: VC. URL:

https://vc.ru/story/70219-seychas-proizoydet-muzykalnayarevolyuciya-istoriya-zapuska-itunes-i-prichiny-zakrytiya-servisa (дата обращения: 22.04.2023).
3. История MySpace: почему Крис Де Вольф и Том Андерсон проиграли конкуренцию с Facebook // Сайт: VC. URL: https://vc.ru/social/13758-myspace-story (дата обращения: 22.04.2023).

КИБОРГИЗАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА: БУДУЩЕЕ УЖЕ РЯДОМ

К. Г. Лазюк, Н.А. Чуркина
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
nb1468@ngs.ru

Стремление человека модифицировать свой организм и обрести новые способности, которые позволят ему всесторонне улучшить качество своей жизни, продлить срок своего существования и даже обрести бессмертие в современных условиях развития науки становится реальностью. В статье рассматривается отношение молодежи к киборгизации человека и определяются перспективы таких трансформаций человеческой природы
Ключевые слова: киборгизация, молодежь, трансгуманизм.

Уже с древности параллельно с изобретением технических средств человек не переставал осмысливать возможность изменения и совершенствования своей природы.

В конце 20-х гг. XX века начинает формироваться идеология трансгуманизма, которая актуализирует образ «постчеловека». Трансгуманизм проповедует продление человеческой жизни, вплоть до обретения бессмертия, ориентирует человечество на использование имплантов и даже на отказ от размножения естественным путем.

Понятие «киборгизация» внедрили в оборот в 1960 году американские ученые М.Клайнс и Н.Клин, которые полагали, что синтез организма человека и электроники позволит таким усовершенствованным людям более эффективно выживать на земле и в условиях освоения космоса [1].

Идея киборгизации человека уже достаточно давно была представлена в художественной литературе, в первую очередь научно-популярной, а также в кинематографе, в компьютерных играх. В

современном кинематографе и литературе киборг является одним из наиболее интересных и популярных персонажей (робокоп, терминатор и пр.) [2].

В условиях современного развития науки и технологий у человека появляется реальная возможность трансформировать себя в киборга – существо с уникальными способностями, которые появляются благодаря внедрению в организм искусственных органов (бионические протезы, искусственные органы, генетические изменения организма и пр.).

Для выявления отношения молодежи к киборгизации человека было проведено социологическое исследование среди студентов СибГУТИ. В опросе приняло участие 47 человек, из которых 60 % представители мужского пола, 40% – женского. Большинство респондентов – 53,3% обучаются на техническом направлении, 46,7% представители гуманитарного направления обучения.

Большинству опрошенных (66,7%) термин «киборгизация» оказался знакомым, и это не удивительно, потому что в современной массовой культуре образ киборга широко представлен в кинофильмах, книгах и компьютерных играх.

Тематика киборгизации в литературе и кино интересует 51,1 % респондентов. Среди наиболее популярных фильмов про киборгов респонденты назвали фильмы «Терминатор» (64,4 %), «Я, робот» (62,2 %), «Тихоокеанский рубеж» (51,1 %). Также были названы фильмы: «Ева: искусственный разум», «Из машины», «Киборг убийца» и пр. Только 6,7 % опрошенных не смотрели фильмы с подобной тематикой. В меньшей степени современную молодежь интересует художественная литература, посвященная киборгам. Большая часть опрошенных (81,8 %) таких книг не читала. Из известных молодежи книг можно назвать Оливер Б. «Петля будущего» (4,5%), Хорост М. «Всемирный разум» (2,3 %), манги, посвященные киборгизации (2,3 %). Таким образом, современная молодежь в целом хорошо представляет себе образ киборга, который изображен в кинематографе.

Наиболее актуальным направлением киборгизации молодые люди считают развитие технологий, связанных с заменой больных человеческих органов (55,6 %), 11,1 % опрошенных полагают, что подобные технологии позволят замедлить старение человека, а 8,9 % респондентов выступают за то, что киборгизация будет способствовать появлению новых функций у людей (использование эхолокации, увеличение скорости реакций, способность видеть в инфракрасном диапазоне и пр.).

Среди сфер человеческой жизнедеятельности киборгизация, по мнению молодежи, имеет наибольшие перспективы применения в медицине (82,2 %), для спасательных служб (57,8 %), в космических исследованиях (46,7 %), а также в армии и полиции (44,4 %).

В то же время, молодые люди допускают определенные риски, связанные с изменением природы человека. Так, 44,4 % опрошенных считают, что такие риски связаны с опасностью расслоения общества из-за появления технологически измененных людей. 13,3 % респондентов опасаются потери человеком своей человеческой природы, 11,1 % пугает появление конкуренции между людьми и киборгами, 8,9 % респондентов полагает, что человеку трудно будет привыкнуть к искусственным органам, еще 8,9% опрошенных считают, что эти органы будет сложно обслуживать, так как потребуется их ремонт, подзарядка и пр.

Готовность стать киборгом проявили всего 7,7 % респондентов, определенную готовность к трансформациям своего организма («скорее да») высказали 24,4 % респондентов, 33,3 % опрошенных ответили «скорее нет». Категорически против высказались 17,8 % молодых людей, а еще 17,8 % затруднились с ответом.

С точки зрения респондентов существует ряд факторов, которые затрудняют внедрение киборгизации человека в жизнь. Прежде всего, это отсутствие необходимых технологий (33,3 %), далее это неминуемые риски и побочные эффекты таких изменений (22,2 %). Не маловажно, на взгляд респондентов и то, что технологии киборгизации достаточно дорогостоящие (22,2%). 13,3 % опрошенных полагают, что киборгизации будет препятствовать страх человека перед трансформациями. Но, не смотря на обозначенные затруднения, 42,2 % респондентов полагают, что в будущем киборгизация человека станет всеобщей, 22,2% опрошенных отметили, что киборгами станут только люди с определенными заболеваниями.

Таким образом, киборгизация становится все более реальной и привлекательной практикой совершенствования человека, хотя и вызывает, как и все новое, некоторые опасения даже у представителей молодого поколения Тем не менее, технический прогресс будет способствовать развитию технологий, позволяющих сделать жизнь человека более комфортной и долгой, а это значит, что киборги будут появляться в нашей жизни.

Список литературы

1. Никитин Г.М. Антропогенез и проблемы киборгизации современного общества // Контекст и рефлексия: философия о мире и

человеке. 2020. Том 9. № 2А. С. 156-163. DOI: 10.34670/AR.2020.65.70.018
2. Баева Л. В. Образ киберчеловека в современной науке и культуре // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2015. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-kibercheloveka-v-sovremennoy-nauke-i-kulture (дата обращения: 22.04.2023)..
3. 10 настоящих киборгов, живущих в нашем мире. URL: https://www.factroom.ru/obshchestvo/10-cyborgs-you-could-meet-today
4. Малькова Т. П. Киборгизация: философские аспекты исследования симбиоза человека и техники // Гуманитарный вестник. 2017. №4 (54). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kiborgizatsiya-filosofskie-aspekty-issledovaniya-simbioza-cheloveka-i-tehniki (дата обращения: 22.04.2023).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ МОЛОДЕЖИ ПОКОЛЕНИЯ Z

В.И. Федянин, Н.А. Чуркина
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
nb1468@ngs.ru

В свете теории поколений процесс обучения индивидов, принадлежащих разным поколениям, имеет свои особенности. В статье рассматриваются особенности восприятия знаний посредством информационных технологий представителей поколения Z, которое также носит название «сетевое поколение». Необходимость широкого применения информационных технологий в процессе обучения таких студентов определена условиями их социализации.

Ключевые слова: поколение, молодежь, обучение, информационные технологии.

Теория поколений была предложена Н. Хоувом и В. Штраусом как инструмент минимизации конфликта поколений. Ученые предположили, что на социализацию индивида влияют разнообразные факторы, обусловливающие все сферы жизнедеятельности человека в тот или иной период времени: экономика, политика, развитие технологий и науки и пр.

Были выделены типы людей, обладающие сходством в системе ценностей, которые можно было отнести к разным поколенческим группам. Кроме единства ценностей поколения отличают единство верований и влияние одинаковых исторических событий. Поколение Z представляет собой молодых людей, родившихся с 2000 года. Их детство проходило в условиях технологического подъема и широкого распространения компьютерных технологий в обществе. С раннего возраста представители этого поколения приобщились к компьютерным и интернет-технологиям, овладели навыками общения в сети Интернет. Кроме того, на становление представителей данного поколения оказал влияние мировой финансовый кризис. Американский исследователь М.Пренски, чтобы подчеркнуть интегрированность представителей поколения Z в виртуальную среду, назвал их «цифровыми аборигенами».

В целом становление поколения Z пока еще не завершено. Особенности представителей поколения Z необходимо учитывать при организации образовательного процесса в условиях высшей школы.

Прежде всего, при обучении представителей цифрового поколения необходимо широко использовать информационные технологии, начиная с поиска информации в сети Интернет, заканчивая организацией коммуникации с преподавателями, которые в новых условиях трансформируются в тьюторов и наставников, дающих возможность реализации в обучении определенной доли свободы для своих учеников.

Креативность цифровых аборигенов требует пересмотра типологических заданий, которые необходимо решать в соответствии с определенным алгоритмом. Для современной молодежи более предпочтительны творческие задания, где они могут выступить в качестве автора некого контента и продемонстрировать в процессе подготовки не только свои знания, но в первую очередь, творческий потенциал и определенные практические навыки. Традиционные формы работы в виде рефератов уже не столь интересны для молодого поколения, так как предполагает работу по шаблону.

Актуальна для представителей поколения Z геймификация процесса обучения. Внедрение в обучение игровых компонентов усиливает мотивацию к получению знаний, опыта. Кроме того, геймификация позволяет участникам образовательного процесса неформально взаимодействовать, обмениваясь эмоциями, ценностями и опытом.

Среди игровых компонентов, применяемых при геймификации: подсчёт очков, уровни сложности и мастерства, достижения,

рейтинговые таблицы, индикаторы выполнения, виртуальные валюты, соревнования между участниками, награды [3].

Информационные технологии в обучении молодежи позволяют сделать образовательный процесс максимально эффективным. Так, учиться можно в любое время, студент самостоятельно определяет свой особый график и временные характеристики обучения. Кроме того, информационные технологии предполагают широкий доступ к обучающим материалам, которые позволяют усваивать знания во многом самостоятельно, без взаимодействия с преподавателями. Более того, у студентов появляется широкая возможность самостоятельного поиска материалов для обучения на различных образовательных платформах и в электронных библиотеках. В то же время существует опасность использования неэффективного обучающего контента, поэтому взаимодействие с преподавателем по-прежнему остается важным требованием организации обучения.

Для преподавателя в условиях реализации информационных технологий обучения возникает возможность индивидуальной работы со студентами, требующими особого подхода. Это могут быть как слабые студенты, для которых требуется дополнительные пояснения или более легкие задания, так и талантливые представители молодежи, работа с которыми сдвигается в область научно-исследовательской деятельности.

В то же время, несмотря на приверженность представителей Z-поколения к информационным технологиям, абсолютизировать их значимость в обучении не следует.

Для молодых людей по-прежнему значимыми являются непосредственное общение с преподавателями и сокурсниками, которое предполагает обмен мнениями, дискуссию, проблемное обучение, непосредственный диалог, в ходе которого участники проявляют эмоции, обмениваются невербальными сигналами коммуникации. Поэтому ценность личностной коммуникации в образовательном процессе не ослабевает.

В современном образовании необходимость использования информационных технологий уже не требует какого-то особого обоснования. Тем не менее, их использование накладывает на преподавателей определенные дополнительные обязанности. Преподавателю необходимо в совершенстве знать цифровые технологии, уметь пользоваться разнообразными средствами связи, позволяющими взаимодействовать со студентами. Кроме того, рабочее время пролонгируется, вплоть до необходимости взаимодействовать со студентами в неположенное время.

Тем не менее, для достижения высоких результатов в обучении представителей цифрового поколения без широкого применения информационных технологий не обойтись.

Таким образом, информатизация сферы образования становится обязательным условием развития современного высшего образования и важным инструментом социализации молодежи.

Список литературы

1. Кучерихин В. В. Поколение Z - поколение "прямого эфира" и "Историй" / В. В. Кучерихин // Череповецкие научные чтения - 2017 : Материалы Всероссийской научно-практической конференции: в 4х частях, Череповец, 21–22 ноября 2017 года / Отв. ред. Е.В. Целикова. Том Часть 1. – Череповец: Череповецкий государственный университет, 2018. – С. 70-72. – EDN XNHHQT.
2. Цифровой портрет современного студента как представителя поколения Z // Digital society as a cultural and historical context of human development : Сборник научных статей и материалов международной конференции, Коломна, 17 февраля 2022 года / Под общей редакцией Р.В. Ершовой. – Коломна: Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области "Государственный социально-гуманитарный университет", 2022. – Р. 221-225. – EDN QZNSYF.
3. Мазелис А. Л. Геймификация в электронном обучении // Территория новых возможностей. 2013. №3 (21). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-elektronnom-obuchenii (дата обращения: 22.04.2023).
4. Сапа А. В. Поколение Z - поколение эпохи ФГОС / А. В. Сапа // Инновационные проекты и программы в образовании. – 2014. – № 2. – С. 24-30. – EDN SBCMMJ.

ПРОБЛЕМА ТВОРЧЕСТВА В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Л.И. Чуркина
Новосибирский государственный технический университет
nb1468@ngs.ru

В современном мире искусственный интеллект начинает выполнять функции изначально присущие лишь человеческому разуму. Одним из

направлений функционирования искусственного интеллекта становится творческая деятельность. ИИ начинает создавать произведения литературы и искусства, вступая в конкуренцию с человеком. Превращение ИИ в субъект творческой деятельности требует осмысления в научном плане.
Ключевые слова: творчество, искусственный интеллект, вдохновение.

В наши дни компьютеры стали неотъемлемой частью жизни современного человека. Они помогают нам во многих сферах, и с каждым годом их возможности только растут. Изначально их использовали лишь для решения задач, связанных с точными науками, ведь именно на математической логике и работают подобные устройства. Что же касается творчества и искусства, то они традиционно считались атрибутом исключительно человеческой деятельности, потому что никто не мог представить их в виде алгоритмов, понятных электронным машинам.

Понятие «творчество» не имеет определенного толкования [1]. В качестве характерных особенностей творчества можно обозначить:

- создание чего-то нового, не существовавшего ранее;
- возникновение чего-то нестандартного, необычного;
- способ самоактуализации человека, раскрытия его способностей и талантов;
- способ познания мира и его преобразования.

Эти характеристики далеко не полный перечень того, что понимается под творчеством.

Создавая что-то новое, человек не осознает откуда у него берутся идеи, обычно подобный процесс описывается понятиями «интуиция» или «вдохновение». Некоторые художники, поэты связывали творчество с проявлением высших сил.

Подобные представления сложно перевести на язык нулей и единиц, однако, не одну попытку спустя, люди все-таки смогли придумать способы, которые позволили хотя бы частично смоделировать человеческий разум. Так появился искусственный интеллект (ИИ), который может не только учиться, подобно человеку и анализировать данные, но и самостоятельно принимать решения, не следуя точному алгоритму, и даже генерировать продукты творчества, такие как картины, стихи, музыка и т.д.

В качестве вспомогательного инструмента в творчестве ИИ уже долгое время играет важную роль. Цифровая обработка и

компьютерные эффекты стали неотъемлемой частью современной музыки и кинематографа.

Однако в последнее время ИИ все больше совершенствуется и в некоторых случаях помимо роли помощника выступает даже как самостоятельный автор, способный генерировать полноценные произведения искусства.

Ключом к появлению ИИ, способного творить, является понимание того, что при создании новой работы можно опираться на уже существующие. Так появились генеративные модели, для обучения которых из необходимой области собирается достаточно большой набор данных (например, изображений, слов, звуков и т. д.), а затем модель учится сама генерировать подобные данные в подобном стиле.

Одним из наиболее популярных видов таких моделей являются генеративно-состязательные (GAN) нейронные сети, которые состоят из генератора и дискриминатора, задача которых бороться друг с другом, тем самым постоянно совершенствуясь и улучшая качество работы.

Например, при создании картин, дискриминатор получает набор реальных изображений, и набор изображений, созданных генератором. Цель дискриминатора состоит в том, чтобы определить, является ли изображение подлинным, а генератор в свою очередь улучшает свои изображения, чтобы обмануть «противника».

Помимо изобразительного искусства ИИ также способен создавать скульптуры, музыку, стихи и многое другое.

Разработки в этой сфере активно продолжаются, с каждым годом возрастает качество генерируемых работ, однако это не снимает вопросы относительно того, насколько, с концептуальной точки зрения, можно считать искусством произведения, созданные при помощи ИИ.

В произведениях ИИ:

- не закладываются уникальные идеи и смыслы;
- у ИИ нет возможности создать что-либо нестандартное, его работы остаются лишь порождением алгоритмов и уже существующих произведений;
- ИИ не способен самоактуализироваться, последовательно раскрывая свой потенциал;
- ИИ не способен познавать окружающую действительность посредством интуиции и духовного начала.

Таким образом, творчество не присуще ИИ, а результаты его функционирования не могут быть признаны произведениями искусства.

Представляется, что более эффективным способом использования искусственного интеллекта будет его деятельность в качестве

вспомогательного инструмента избавления художников, поэтов, писателей от нетворческих, рутинных действий. Это поможет человеку проявить себя максимально эффективно и создать подлинные шедевры литературы, живописи и искусства.

Еще одним актуальным вопросом, связанным с творчеством ИИ остается проблема авторских прав на произведение, созданное программой [3].

Одним из подходов к решению данной проблемы является признание таких работ общественным достоянием или признание автором сам ИИ, однако в таком случае, в связи с невозможностью коммерциализировать результаты труда ИИ, люди не будут достаточно мотивированы к дальнейшему развитию подобных технологий. Также одним из подходов является наделение авторскими правами создателя ИИ.Дискуссии в вопросе творчества ИИ продолжаются, и в будущем людям придется переработать законодательство так, чтобы оно учитывало данную проблему.

Таким образом, пока ИИ не является субъектом, подлинным творцом, обладающим самостоятельным сознанием и духовностью. Все функционирование ИИ задает человек, который и является единственным и подлинным субъектом творчества.

Список литературы

1. Большаков А. В. Проблема определения творчества // Аналитика культурологии. 2007. №8. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problema-opredeleniya-tvorchestva.

2. Искусственный интеллект написал картину, и ее продали на аукционе. URL: https://style.rbc.ru/impressions/5bd2de049a7947fd4d2ec2ce (дата обращения: 22.04.2023)..

3. Гривский К. Творчество и искусственный интеллект. Правовые аспекты создания произведения / К. Гривский // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. – 2020. – № 1. – С. 55-60. – EDN JSGPUQ.

СЕКЦИЯ АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОСГУ ПРИ ПРИОБРЕТЕНИИ МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАПАСОВ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ГОССЕКТОРА

С.Н. Артыкова, А.С. Аксененко, С.С. Рыбина
Сибирский государственный университет путей сообщения
Sonya.rybina01@bk.ru

В настоящее время актуальным вопросом для учреждений госсектора является вопрос определения кодов КОСГУ при учете материальных запасов. В работе даны рекомендации авторов об организации документооборота, проведения закупочных процедур, а также при проведении процедуры санкционирования расходов учреждения госсектора, способствующих предупреждению нецелевого расходования бюджетных средств, проведения закупок материальных запасов по соответствующей подстатье КОСГУ, дальнейшему правильному отражению движения матзапасов на счетах бухгалтерского учета.

Ключевые слова: КОСГУ, статья, подстатья, питьевая вода, продукты питания, строительные материалы, запасы однократного применения, сувенирная продукция.

Правила формирования и присвоения кодов КОСГУ закреплены в документах, которые регламентируют правильность ведения бухгалтерского учета и с их помощью формируется бюджетная отчетность. Документом, который рассматривает данное направление, является приказ Минфина РФ [1].

Систематизировать, а также классифицировать операции по КОСГУ обязательно должны сотрудники бюджетной сферы. Для того, чтобы отобразить поступление материальных запасов, в настоящее время работники Министерства финансов точно определили подход к выбору определенной подстатьи КОСГУ [2].

В соответствии с пунктом 7 СГС запасами относятся в том числе: материалы, сырье, топливо, запасные части, комплектующие изделия, покупные полуфабрикаты – материальные ценности, составляющие

основу будущего нового продукта, полностью переносящие на него свою стоимость [3].

Авторы отмечают, что цель использования запасов, а также их функциональное назначение являются важным этапом в правильном определении и разделении запасов по верным подстатьям КОСГУ. Например, для точного выбора подстатьи КОСГУ главное не то, ЧТО мы покупаем, а как и для чего мы это будем применять и использовать в жизни. Следовательно, опираясь на вышесказанное, в зависимости от назначения использования материального запаса, один и тот же приобретенный запас, может быть отнесен к различным подстатьям статьи 340 КОСГУ, при этом следует руководствоваться письмами Минфина, в которых изложены рекомендации [4].

Авторы в работе рассмотрели на практических примерах неоднозначные случаи отнесения материальных запасов на подстатьях КОСГУ, которые отражены в таблице 1 и на рисунках 1 и 2.

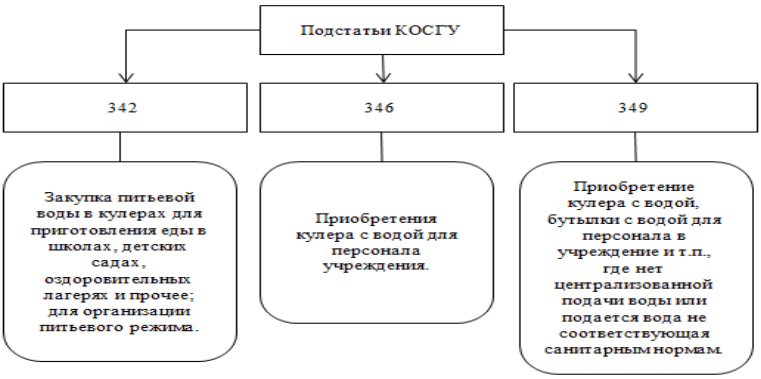


Рисунок 1 – Вода, как пример неоднозначного случая отнесения материальных запасов на подстатьях КОСГУ

Определение подстатьи КОСГУ при заготовлении питьевой воды в зависимости от назначения ее использования представлено на рисунке 1. Авторы обращают внимание на то, что решение и его принятие об отнесении питьевой воды к продуктам питания должно исходить из того, есть ли у данного учреждения функция обеспечения питанием. Так, например, в школах - питание обучающихся, в детских садах – питание воспитанников. Таким образом, продукты питания, которые относятся к группе материальных запасов, могут быть однозначно не отнесены на подстатью 342 «Увеличение стоимости продуктов питания».

Далее в таблице 1 были рассмотрены Продукты питания, как пример неоднозначного случая отнесения материальных запасов на подстатьях КОСГУ.

Таблица 1 – Продукты питания, как пример неоднозначного случая отнесения материальных запасов на подстатьях КОСГУ

Подстатьи КОСГУ		
342	346	349
Для данных подстатей существуют свои условия отнесения на точный код КОСГУ:		
1) Если предприятие или учреждение, которое купило продукцию для питания, имеет функцию обеспечения питанием контингента.	1) прохождение учебной практики обучающихся, приготовление блюд студентами-поварами в учебном заведении. 2) в театральной постановке при выступлении артисты используют яблоки в качестве реквизита. 3) готовая продукция, блюда, предназначенные для продажи в столовой, кафе.	1) продукция приобретена для вручения призов на торжественных мероприятиях, праздниках, мероприятиях дополнительного образования (например, блюда "полевой кухни" на мероприятиях военной тематики, шоколадные медали, новогодние сладкие подарки, конфеты в коробках, торты и т.д.

Расходы на приобретение сувенирной продукции отражаются на статьях КОСГУ в соответствии с целью приобретения и предметом договора. Например, если приобретается продукция для награждения в качестве приза, дарения конкретным лицам или продукция имеет логотип мероприятия, логотип учреждения и вручается как памятный сувенир, то следует учитывать его на подстатье 349 КОСГУ. Если же приобретаемая продукция является расходным материалом, например, канцелярские принадлежности и используется в повседневной деятельности учреждения то следует учитывать на подстатье 346 КОСГУ. Сувенирная продукция и продукция повседневного

пользования, как пример неоднозначного случая отнесения материальных запасов на подстатьях КОСГУ, представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 – Сувенирная продукция и продукция повседневного пользования, как пример неоднозначного случая отнесения материальных запасов на подстатьях КОСГУ

Таким образом, можно сделать вывод, при закупке материальных запасов выбор соответствующей подстатьи ст. 340 КОСГУ зависит от целевого назначения материалов. Для того, чтобы избежать нецелевого расходования бюджетных средств, надо своевременно информировать специалистов бухгалтерии о цели использования материальных запасов. То есть необходимо сообщать, с какой целью и для чего приобретается данный материальный запас. Рекомендуется КОСГУ определять на этапе проведения закупочных процедур, а также при проведении процедуры санкционирования расходов учреждения госсектора [6]. Специалисты отдела закупок, экономическая служба бюджетных учреждений должны контролировать выбор классификации операций сектора государственного управления. Непосредственно от сотрудников учреждения для организации работы которых происходит приобретение материального запаса, должна поступить полная информация об использовании средства с указанием его технических характеристик (возможно изложить информацию в сопроводительной служебной записке). Тогда сотрудниками бухгалтерии будет безошибочно установлен соответствующий код КОСГУ по учету материальных запасов.

Список литературы

1. Приказ Минфина России «Об утверждении порядка применения классификации операций сектора государственного управления» от 29

ноября 2017 г. № 209н [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://xn--90acjm8bgdq.xn--p1ai/118426?ysclid=lfwixmhmtv968622128
2. Письмо Минфина России «Об отражении в учете расходов казенного учреждения на приобретение материальных заасов в целях оказания медицинских услуг» от 8 мая 2019 г. № 02-08-10/34105 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72166458/?ysclid=lfwj7ylfkt799133295
3. Приказ Минфина России «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению» от 01.12.2010 № 157н п.99 (ред. от 14.09.2020). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ulyanovsk.roskazna.gov.ru/upload/ulyanovsk/dr_gl_kaznachey_1.html?ysclid=lfwk09yzfh947753464
4. Письмо Минфина России «Методические рекомендации по применению федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора Запасы» от 01.08.2019 № 02-07-07/58075. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72267754/?ysclid=lfwk2mzeid953053404
5. Артыкова С. Н. Совершенствование процедуры исполнения бюджета г. Новосибирска. Динамика взаимоотношений различных областей науки в современных условиях // Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. 3 ч. 2018. С. 22-26.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МСФО И US GAAP

Д.О. Алемасова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
dasha89243979807@gmail.com

В данной статье объектом исследования являются международные стандарты финансовой отчетности и Общепринятые принципы бухгалтерского учета США (US GAAP). Целью является анализ теоретической основы разработки и истории сближения МСФО и US

GAAP. В статье рассматриваются их сходства и различия, возможности их конвергенции и ее текущие результаты.
Ключевые слова: МСФО, ОПБУ США, конвергенция, стандарты.

Большинство организаций для успешного ведения бизнеса нуждаются в привлечении стороннего капитала, в том числе и зарубежного.

Международные стандарты финансовой отчетности - это набор меж дународных стандартов бухгалтерского учета, которые определяют, ка к конкретные виды операций и другие события должны быть отражены в финансовой отчетности. Стандарты бухгалтерского учета предназнач ены для разъяснения принципов и требований к составителям финансо вой отчетности и инвесторам. Они были созданы для создания общего языка бухгалтерского учета.

US GAAP - это термин, используемый для обозначения совокупности авторитетной литературы, включающей стандарты бухгалтерского учета и отчетности в США. ОПБУ США в первую очередь разрабатывается и поддерживается Советом по стандартам финансового учёта США при содействии Целевой группы по возникающим вопросам и Совета частных компаний. Кодифицированный ОПБУ США включает авторитетный ОПБУ по состоянию на 30 июня 2009 года, который был перенесен в Кодификацию, и последующие обновления стандартов бухгалтерского учета, выпущенные ССФУ [6, с. 184].

В сентябре 2002 года состоялось Норволкское соглашение, в рамках которого СМСФО и Совет по стандартам учёта США приняли меморандум о конвергенции МСФО и US GAAP. История сближения МСФО начиналась между странами Британского содружества и США, американская система бухгалтерского учета (US GAAP) оставалась достаточно устойчивой и не подразумевала достаточной конвергенции с МСФО. С одной стороны, составителям отчетности может быть удобнее пользоваться детализованными, прописывающими каждый шаг стандартами US GAAP. С другой стороны, чрезмерной подробность, отсутствие четкой структуры, сложная иерархия американских стандартов осложняют пользование ими. При этом американские стандарты несколько чаще идут на компромисс с достоверностью отчетности в пользу рациональности и простоты ведения учета и с 2009 года снято требование о согласовании отчетности по МСФО с US GAAP.

Процесс конвергенции охватывает несколько конкретных мер, а именно:

– определение некоторых национальных регулирующих органов в качестве партнеров СМСФО;
– регулярные встречи правления СМСФО с национальными регулирующими органами;
– координация планов работ;
– назначение членов правления СМСФО, ответственных за отношения с конкретными национальными регулирующими органами;
– координация процесса принятия стандарта. [4, с. 8]

В мае 2011 года Совет МСФО выпустил три новых стандарта финансовой отчетности и внес поправки в два предыдущих стандарта, чтобы привести в соответствие стандарты US GAAP и МСФО, а также согласовать требования к подготовке индивидуальной и консолидированной финансовой отчетности. В результате некоторого ряда разъяснений некоторые международные стандарты перестали действовать.

В странах, которые перешли на МСФО, как компаниям, так и инвесторам выгодно использовать эту систему. Инвесторы с большей вероятностью вкладывают деньги в бизнес с прозрачной деловой практикой, поскольку это позволяет снизить риски при покупке компании. Больше всего от применения МСФО выигрывают мультинациональные компании.

Что касается отчетности по US GAAP, то наибольшую популярность на сегодняшний день приобретают американские стандарты – US GAAP. Суть составления отчетности по американским или любым другим стандартам заключается в том, что это позволит компании выйти на рынок этой страны. Составление отчетности по GAAP производится на добровольной основе [5, с. 86].

Стандарты US GAAP по сравнению со стандартами МСФО больше ориентированы на практическое применение в различных учетных ситуациях, содержат большее количество рекомендаций, разработанных для конкретных вопросов учета, и оставляют меньше возможностей для интерпретации. При этом принципы учета и формы отчетности этих двух систем составления финансовой отчетности во многом совпадают.

МСФО являются более гибкими по сравнению с US GAAP. Американские стандарты более четкие и требуют однозначной трактовки. При выходе на международные рынки капитала, размещении акций на фондовых биржах и привлечении иностранных инвесторов для российских компаний актуальным является вопрос подготовки финансовой отчетности по МСФО. Что касается US GAAP, то их распространение в мире обусловлено развитостью фондового

рынка США и объемом американских инвестиций в другие страны. Многие развивающие страны используют их при разработке своих национальных стандартов учета [2, с.396].

В конце 2021 года в своем послании Председатель американского совета по стандартам Рич Джонс подвел итоги года и сформулировал управленческие планы на будущее. Имеет место прогресс в ключевых областях, включая консультации по текущей повестке дня, обзоры стандартов после внедрения и работа над перспективными новыми проектами. Председатель Совета по МСФО А. Баркоу сосредоточил свои замечания на некоторых более крупных темах, которые есть сегодня, чтобы дать представление о ближайших и будущих приоритетах Совета по МСФО.

Конвергенция между МСФО и ОПБУ США является последним шагом на пути, сопряженном с трудностями. Особенно в наши дни многие считают это бесполезным, поскольку в условиях глобализации финансовых рынков инвесторы знакомы как с МСФО, так и с ОПБУ США, поэтому им легче проанализировать и принять оба этих доминирующих режима, особенно после приведения в соответствие многих своих финансовых показателей [3, с. 388].

Таким образом, как усилия по гармонизации стандартов бухгалтерского учета в мире прошли долгий путь. В первые годы МСФО играли важную роль в уменьшении различий в различных местных стандартах бухгалтерского учета в европейских странах. Совет по МСФО и Совет по стандартам финансового учёта США добились значительного прогресса в сближении МСФО и US GAAP, завершив несколько совместных проектов. Примерно в 2008-2010 годах в США наметился импульс к внедрению МСФО, однако энтузиазм по поводу внедрения МСФО внутренними эмитентами США, казалось, начал угасать после 2012 года. Сегодня неясно, примут ли США МСФО и когда именно, но МСФО остаются актуальными на американском рынке капитала.

Список литературы

1. Алисенов А. С. Международные стандарты финансовой отчетности (продвинутый курс): учебник и практикум для вузов / А. С. Алисенов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15238-8. — Образовательная платформа Юрайт. — URL: https://urait.ru/bcode/511268

2. Афанасьев В. М. новые направления в управлении стандартами учета IFRS и US GAAP // Управленческий учет. – 2022. – № 4. – С. 235. URL: https://www.uprav-uchet.ru/index.php/journal/article/view/1940/1336
3. Бабаев, Ю. А. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО): учебник / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров. — М: ИНФРА-М, 2021. — 398 с. — ISBN 978-5-9558-0207-7. URL: https://znanium.com/catalog/product/1238548
4. Баттих Рони. Значение учетно-аналитической системы для предприятий гостиничной сферы в российской и зарубежной практике на основе стандартов GAAP, МСФО И РСБУ // Инновации и инвестиции. – № 1. – 2022. – С. 85. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-uchetno-analiticheskoy-sistemy-dlya-predpriyatiy-gostinichnoy-sfery-v-rossiyskoy-i-zarubezhnoy-praktike-na-osnove
5. Макаранцева А.А., Позняк В.Н. МСФО: Внедрение, проблемы и перспективы // Белорусский государственный университет. – 2021. – С. 183. – URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/275893/1/182-186.pdf

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ И РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ О ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКАХ ОРГАНИЗАЦИИ

И. Е. Атласов, С. А. Долгая
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
atlasov2000@mail.ru

В работе определено понятие денежного потока, рассмотрена история становления отчета о движении денежных средств (ОДДС), сделаны выводы о потенциальной полезности этой формы для пользователей отчетности. Как результат исследования был сделан вывод об информационной полезности данного отчета и его значимости в финансовой отчетности организации
Ключевые слова: денежный поток, отчет о движении денежных средств, ОДДС.

Когда речь идет о финансовой (бухгалтерской) отчетности, представление и раскрытие информации о денежных средствах и их эквивалентах имеет решающее значение. Это связано с тем, что денежные средства являются основой любого предприятия, и

понимание того, как они управляются и отражаются в отчетности, может оказать значительное влияние на финансовое состояние организации.

В современной экономической науке существуют различные подходы к пониманию дефиниции «денежный поток». Поскольку денежный поток ключевое понятие в финансовом менеджменте, то рассмотрение экономической сущности денежного потока стоит начать с определений, распространенных в этой науке.

В российской научной традиции финансового менеджмента денежный поток понимают, как любое поступление или выбытие денежных средств из оборота организации [3]. В то время как в западной традиции подходят к более узкому понимаю денежного потока, а именно рассматривают его как разницу между притоком и оттоком денежных средств от одной или нескольких операций организации [3].

Причем существует огромное множество подходов к этому определению которые разняться по факторам времени, динамичности, сальдированности результата, широты рассмотрения термина [3]. То есть, одни авторы могут выделять фактор времени как свойство денежного потока, в то время как другие нет. Абсолютно тоже касается и других факторов.

На наш взгляд, наиболее корректно определять денежный поток стоит исходя из целей конечного пользователя информации, насколько подробно ему нужно видеть движение отдельных потоков или ему необходим только общий результат за определенный период. Ведь по итогу, организация может иметь различные цели анализа денежных потоков.

Отчет о движении денежных средств появился как ответ на необходимость повышения прозрачности и предоставления информации инвесторам, кредиторам и другим пользователям финансовой отчетности организации. Он отражает важный аспект экономической жизни организации – движение денежных средств – которое ранее не отражалось в других формах отчетности. Благодаря детализации денежных потоков по трем направлениям – текущей, инвестиционной и финансовой деятельности – ОДДС обеспечивает лучшую информацию о ликвидности, платежеспособности и отклонениях, возникающих в результате движения денежных средств организации.

Как отдельная форма отчетности, ОДДС возник относительно недавно. Самые ранние версии отчетов, описывающие движение денежных средств, появились еще в конце XIX века, однако они составлялись лишь отдельными организациями для внутреннего использования, и методология составления таких отчетов в целом

отличалась от современного ОДДС [4, С. 46]. Глобальное распространение ОДДС получил в 1962 году, когда была выпущен разработанный и рекомендованный AICPA (American Institute of Certified Public Accountants) отчет об изменении финансового состояния или отчет об изменении фондов.

В России требование составлять ОДДС для организаций появилось в 1996 году с Приказа Министерства финансов. Первый ОДДС был создан исключительно в России и не имел сходства с отчетами о движении денежных средств в других странах. При этом Приказ Минфина (ПБУ 23/2011) в 2011 году стал первым, где был подробно описан порядок отражения денежных средств и их движения в ОДДС. Изначально ОДДС формировался на основе профессионального суждения главного бухгалтера организации, так как нормативного документа, регулирующего данный аспект учета и отчетности, не существовало.

ОДДС финансовых организаций изначально были более приближены к международным стандартам. ОДДС кредитных организаций изначально не позволял относить один вид операции к разным видам деятельности. В тоже время, некредитные организации, перешедшие под надзор Банка России с 2017 года, в соответствии с его требованиями начали составлять отчетность, включая ОДДС, максимально приближенную к требованиям МСФО и предоставляемой в формате XBRL.

Позитивным аспектом ОДДС является использование в анализе именно реальных денежных потоков, а не расчетных синтетических показателей, которые могут не отражать наличие денежных средств у организации.

ОДДС отражает информацию о поступлении и расходовании денежных средств по следующих видам деятельности: операционной, финансовой и инвестиционной [1]. Благодаря этой информации появляется возможность оценить платежеспособность бизнеса и дать характеристику отклонениям, которые возникли в результате движения денежных потоков.

Особенностью ОДДС является применение прямого метода и косвенного метода учета денежных потоков от операционной деятельности. Их различие главным образом состоит в разных исходных элементах. Для прямого метода таким элементом является выручка, а для косвенного — прибыль [2, С. 28]. В России при составлении ОДДС согласно ПБУ 23/2011 используется прямой метод.

Исходя из проанализированной информации ОДДС является важной частью финансовой (бухгалтерской) отчетности организации, поскольку он предоставляет информацию о наличии и движении денежных средств, позволяя лучше понять ликвидность, платежеспособность и финансовое планирование организации.

Информация о денежных потоках, классифицированных по видам деятельности, может быть использована для оценки достаточности денежных потоков, покрытия денежными средствами обязательств, структуры и динамики денежных потоков. Данные ОДДС при анализе показателей могут дать оценку способности организации генерировать положительный денежный поток, выполнять свои обязательства и степень зависимости от внешних источников финансирования.

Список литературы

1. Положение по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011): Приказ Минфина России от 02.02.2011 № 11н) // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. Выборова Е. Н., Анализ движения денежных средств организации: методические аспекты – Аудитор. – 2018. – № 10. – С. 27-32.
3. Сунгатуллина Л. Б., Головченко Е. С., Экономическая сущность денежных потоков компании как объекта финансового менеджмента – Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2021. – № 1. – С. 14 - 21.
4. Kiaupaite-Grušniene V. Conceptual Model for Cash Flow Statement: History, Analysis and Further Development – Doctoral thesis. Tallinn. – 2019. – 188 P.

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

У.А. Бердникова, А.С. Ерохина, О.О. Храмцова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
ulya.berdnikova.03@mail.ru

В статье проводится анализ потребления основных продуктов питания в Российской Федерации за последние двадцать лет в контексте оценки обеспечения продовольственной безопасности страны. Фактическое потребление сопоставляется с рекомендуемыми нормами. Дается оценка экономической доступности основных продуктов питания как в стране в целом, так и в региональном разрезе, проводится оценка покупательской способности населения.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, основные продуктов питания, уровень потребления, коэффициент потребления, покупательская способность, нормы потребления.

Вопросы продовольственной безопасности в контексте обеспечения экономической безопасности страны остаются важным на протяжении всего времени существования человечества, поэтому государство уделяет этому особое внимание. Концептуальные основы и стратегические направления нашли отражение в Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента РФ от 21 января 2020 г. № 20.

По состоянию продовольственной безопасности можно дать экономическую и социальную оценку уровню жизни в стране или регионе, так как количественные и качественные характеристики питания являются немаловажными критериями благосостояния населения. Для оценки степени обеспечения продовольственной безопасности в качестве основных индикаторов используется достижение пороговых значений показателей продовольственной независимости, экономической и физической доступности продовольствия [2].

Анализ среднедушевого потребления населением основных продуктов питания показал, что с 2015 года наметилась положительная тенденция к достижению сбалансированной структуры питания населения России. Рацион питания россиян стал более разнообразным, питательным и здоровым.

В процессе анализа данных в разрезе федеральных округов РФ выявлено следующее. Наибольшее потребление рыбы и рыбных продуктов наблюдается на Дальнем Востоке, а также в Центральном, Южном и Сибирском федеральных округах. Низкая обеспеченность фруктами и ягодами обнаружена в Сибирском, Приволжском и Дальневосточном округах. В Северо-Западном федеральном округе низкий уровень самообеспечения мясом, рыбой, хлебопродуктами и молоком. Наблюдается недостаточное потребление картофеля в Центральном, Южном и Северо-Западном федеральных округах.

Анализ коэффициентов потребления основных продуктов питания выявил ряд проблем: чрезмерное потребление сахара и кондитерских изделий, хлеба и хлебных продуктов, масла растительного и других жиров, также недостаточное потребление рыбы и рыбопродуктов, молока и молокопродуктов, овощей и бахчевых, фруктов. Такие диспропорции в структуре питания могут негативно отражаться на физическом и психологическом состоянии населения.

Исходя из расчетов, экономическая доступность продовольствия по всей стране находится на среднем уровне, доля расходов за 3 года выросла на 2%, это связано с ростом инфляции. Регионом с наименьшей долей расходов в 2021 году стал Уральский Федеральный округ (30,4%), с наибольшей долей расходов - Северо-Кавказский федеральный округ (42,8%). Данные свидетельствуют о том, что экономическая доступность в последнем регионе низкая, а уровень жизни населения невысокий.

За последние годы питание россиян улучшается, покупательная способность имеет положительную динамику, что свидетельствует об улучшении качества жизни в стране и достаточной обеспеченности основными продуктами питания. Во многом данный эффект был достигнут благодаря комплексному многоуровневому подходу государства, который направлен на продовольственную защиту населения. Однако напряженная геополитическая ситуация и, как следствие, антироссийские санкции создают серьезную угрозу для обеспечения продовольственной безопасности в стране. Необходим комплекс серьезных мер по созданию эффективной системы импортозамещения основных продуктов питания. Немаловажное значение имеет поддержка тех регионов, где имеются диспропорции в структуре потребления.

Список литературы

1. Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания: Приказ Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 г. N 614.
2. Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 21 января 2020 г. № 20.
3. Храмцова Т.Г., Храмцова О.О. Анализ потребления населением продуктов питания в контексте обеспечения продовольственной безопасности // Вестник НГУЭУ. – 2017. – № 3. С. 249-257.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения 18.03.2023 г.) .
5. Центральный Банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: https://cbr.ru/ (дата обращения 25.03.2023 г.).

АНАЛИЗ НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ ПО РЕГУЛИРОВАНИЮ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РФ

С.В. Бондар, Е.А. Декасова, О.О. Храмцова
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
dekasova.liza@gmail.com

Статья посвящена исследованию такой категории как продовольственная безопасность. Выделяются основные задачи, решаемые в ходе диагностики продовольственной безопасности страны. В рамках исследования рассматривается комплекс существующих законодательных актов в данной области, проблемы и пути их решения.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, Доктрина продовольственной безопасности, национальная безопасность, стратегия, экономическая безопасность.

Тема обеспечения продовольственной безопасности является актуальной, так как в настоящее время Россия сталкивается с нестабильностью, включая политическую и финансовую, а также с санкциями со стороны западных стран. Участие России в Всемирной торговой организации (ВТО) также поднимает вопросы правового соблюдения продовольственной безопасности национального уровня и позволяет проанализировать место России в мировой системе продовольственной безопасности.

В условиях напряженной геополитической ситуации вопросы обеспечения продовольственной безопасности страны стоят особенно остро, очевидно, что они должны рассматривать с точки зрения стратегического подхода.

Основными задачами анализа продовольственной безопасности страны или региона являются:

1. Определение сущности и анализ правовых основ обеспечения национальной продовольственной безопасности. Необходимо изучить положения законов, нормативных и правовых актов, регулирующих вопросы обеспечения продовольственной безопасности национального уровня.

2. Выявление факторов, которые могут существенно влиять на обеспечение национальной продовольственной безопасности. Такие факторы могут быть различными – экономическими, социальными,

экологическими. Важно также учесть текущую политику и ее влияние на продовольственную безопасность.

3. Разработка рекомендаций и стратегий по совершенствованию обеспечения национальной продовольственной безопасности на основе проведенного анализа. В данном случае цель состоит в отработке мер и рекомендаций для решения сложных задач в области продовольственной безопасности, повышении уровня выпуска продукции, укреплении конкурентоспособности продукции и улучшения ее качества.

Для исследования нормативного обеспечения продовольственной безопасности государства были выбраны объекты - федеральные нормативно-правовые акты России, которые регулируют вопросы обеспечения продовольственной безопасности национального уровня. Кроме того, были изучены международные положения, в том числе правовые механизмы, касающиеся решения вопросов обеспечения продовольственной безопасности государства на международном уровне. Такой подход обеспечивает полноту и объективность исследования и позволяет рассмотреть широкий спектр вопросов, связанных с продовольственной безопасностью, как на национальном, так и на международном уровне.

В рамках исследования были изучены экономико-правовые критерии, определяющие уровень продовольственной независимости государства, а также факторы, влияющие на уровень продовольственной безопасности в стране. При этом были выявлены приоритетные направления государственной политики, направленной на решение задач продовольственной безопасности в России.

Сфера национальной безопасности и ее обеспечение являются очень сложной и все время расширяющейся задачей. На сегодняшний день проблема обеспечения национальной продовольственной безопасности является комплексной задачей, которую необходимо решать с учетом макроэкономического развития страны и ее возможностей. Учитывая, что Россия является крупным производителем и импортером продовольствия, необходимо повышать эффективность собственного производства и сельского хозяйства.

В Стратегии экономической безопасности России основными целями являются обеспечение экономического суверенитета и сохранение единого экономического пространства страны. Здесь важно гарантировать устойчивость экономики, повысить ее защищенность от внутренних и внешних вызовов и угроз, а также поддержать экономический рост и сохранить научно-технический потенциал на мировом уровне. Наравне с этим, страна поддерживает отечественный

оборонный промышленный комплекс, чтобы защитить свои интересы в военно-экономической сфере. И наконец, важным приоритетом является улучшение качества жизни населения и повышение его уровня.

Продовольственная безопасность – это неотъемлемая часть национальной безопасности. Она отражает экономическую и политическую независимость государства. Важно, чтобы государство было способно удовлетворять потребности своих граждан в качественной и доступной пище. Продовольственная безопасность является одним из важнейших направлений, гарантирующих национальную безопасность страны.

Мы считаем, что недостаточное обеспечение рынка сельскохозяйственными культурами может быть связано с недостаточной поставкой отечественных семян в России. Это может негативно повлиять на производство и поставки сельскохозяйственной продукции, что в свою очередь может привести к недостаточному удовлетворению потребностей населения в продуктах питания и ухудшению экономической ситуации в стране.

Подводя итоги, мы можем сказать, что для улучшения продовольственной безопасности в России необходимо обеспечить устойчивое развитие отечественного производства и высокое качество предлагаемой продукции, которая должна быть доступна как с экономической, так и с физической точки зрения для всех населения страны. Только так можно обеспечить надежную и стабильную продовольственную безопасность в России.

Список литературы

1. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 2 июля 2021 г. № 400 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»: Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. N 208 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
3. Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 21 января 2020 г. № 20 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
4. Алтухов А.И. Продовольственная безопасность в контексте реализации новой редакции ее доктрины // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. — 2020. — № 9. — С. 82–89.

5. Руденко М.Н., Субботина Ю.Д. Продовольственная безопасность России // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2021. — С. 84–90.

АНАЛИЗ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

С.С. Булахтина, С.С. Куулар, Е.С. Головач
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
bulahtinasonj@gmail.com

В статье проводится анализ производства сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации. На основе данных, полученных по каждой отрасли сельхозпроизводства (а именно: растениеводства, животноводства, продовольственных ресурсов), составлена динамика производства за последние десять лет. Дается оценка экономической эффективности отрасли, рассматриваются проблемы и причины их возникновения.

Ключевые слова: сельское хозяйство, производство, государственная поддержка, аграрная политика, модернизация, импортозамещение.

Сельское хозяйство представляет собой главную отрасль экономики, направленную на обеспечение продовольственной безопасности страны. При этом она играет важную роль в занятости экономически активного населения, в формировании новых рабочих мест. Необходимо отметить, что продукция сельского хозяйства принимает участие в различных производственных стадиях.

Именно анализ производства сельхозпродукции позволяет определить эффективность деятельности сельхозпредприятий и оценить тенденции развития аграрного сектора экономики, дает возможность выявить проблемные зоны и разработать меры для их решения, а также помогает принять обоснованные решения по повышению качества производства, оптимизации затрат и увеличению прибыли. На основе данного направления анализа возможно оценить экономическую эффективность применения новых технологий, инвестиционных проектов и программ поддержки аграрного сектора.

Основным показателем производства продукции растениеводства является валовой сбор. От величины данного фактора зависит объем реализации товара, а следовательно, и степень удовлетворения спроса населения в продуктах питания, промышленности – в сырье. Исследование позволило заключить, что растениеводческая отрасль России обладает значимым объемом пшеницы, рапса, масленичных и некоторых других культур, пригодных для потребления и экспорта. В 2022 году спрос на зерно и овощи на внутреннем рынке был удовлетворен. Страна создает новые каналы сотрудничества, находит импортеров (например Алжир, Бангладеш). Для поддержания роста урожайности в перспективе, необходимо решить следующие проблемы в области кадров, деградации земель, селекционной деятельности, а также наладить полноцикличное производство отечественных машин.

В сфере продовольствия кризиса не выявлено. Производство основных продуктов питания находится на достаточно высоком уровне, что позволяет сделать вывод о достаточном уровне продовольственной безопасности России. Параметры Доктрины продовольственной безопасности в большей степени реализованы.

Показатели производства продукции животноводства сохраняют положительную динамику (наиболее развивающийся секторы: птицеводство и свиноводство), однако темпы роста существенно замедлились, а по некоторым пунктам (например, крупный рогатый скот) началось снижение показателей. В настоящее время данная отрасль сельского хозяйства является наиболее импортозависимой (вследствие зависимости от зарубежного генетического материала).

Данные факты определили вектор развития госпрограмм в аграрном секторе. Так, в 2023 году государственная поддержка составит 445,8 миллиарда рублей. Инвестиции будут направлены на стимулирование селекционной деятельности в отраслях животноводства и растениеводства, а также на программы по импортозамещению агротехники [2].

Важно отметить, что сельское хозяйство является одним из наиболее зависимых от государственного вмешательства секторов экономики. Это происходит по ряду следующих причин. Во-первых, сельское хозяйство часто оказывается незащищенным от конкуренции со стороны иностранных производителей, которые могут иметь более высокий уровень технологического обеспечения и доступ к более дешевым ресурсам. Во-вторых, сектор зависим от климата и других географических особенностей государства (неблагоприятные условия могут негативно повлиять на качество продукции и, как следствие, стать угрозой для продовольственной безопасности страны). Также

сельскохозяйственные проекты могут потребовать значительных капиталовложений, но доступ к финансированию может быть ограничен, особенно для малых и средних предприятий.

В целом в аграрной политике страны наблюдаются положительные изменения, такие как: производственный рост в основных отраслях агропромышленного комплекса, увеличение объемов инвестиций, активная политика импортозамещения. Также ведется деятельность по разработке программ по преодолению основных проблем отрасли (финансовая, кадровая, технологическая, климатическая и другие).

Список литературы

1. Актуальные вопросы реализации государственной политики в сфере агропромышленного комплекса в контексте политики импортозамещения [Электронный документ]. – URL: http://council.gov.ru/activity/activities/roundtables/103129/ (дата обращения 20.04.2023 г.).
2. Господдержка АПК в 2023 году будет расширена [Электронный документ]. – URL: https://rg.ru/2022/12/30/gospodderzhka-apk-v-2023-godu-budet-rasshirena.html (дата обращения 20.04.2023 г.).
3. Сидоров М.К. Социально-экономическая география и регионалистика России: учебник-атлас. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 398 с.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения 18.04.2023 г.).
5. Храмцова О.О. Статистическое исследование деятельности потребительской кооперации в системе сельской экономики: дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2003.
6. Храмцова О.О. Статистическое изучение роли потребительской кооперации в сельской экономике. – Новосибирск, 2003.

ВКЛАДЫ В УСТАВНЫЙ КАПИТАЛ: ПРОБЛЕМЫ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ РЕВИЗИИ

А. Е. Быкова, О. А. Пушкина
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
alinkabikova2002@gmail.com

Структура и размер уставного капитала оказывает влияние на финансовое состояние и финансовую устойчивость организации.

Проблемы ревизии вкладов в уставный капитал приобретают особую актуальность в контексте выполнения требований законодательства. Ревизия позволяет проверить правильность оценки имущества, внесенного в уставный капитал, а также корректность расчета доли участника, внесшего вклад. Это позволяет избежать возможных конфликтов и претензий со стороны участников компании, а также минимизировать риски возникновения финансовых проблем в будущем. Кроме того, ревизия является необходимым условием для проведения рядовых и внеочередных общих собраний и изменения размера уставного капитала.
Ключевые слова: Уставной капитал, имущество, денежные средства, ревизия, оценка имущества.

Согласно ст. 14 Федерального закона от 08.02.98 № 14-ФЗ, уставный капитал — это минимальный размер имущества компании, которое является гарантом прав и интересов ее кредиторов [1]. Простыми словами, это собственные средства, вкладываемые в бизнес при его открытии [2].

Цель ревизии вклада в уставный капитал состоит в том, чтобы определить правильность и соответствие внесенных средств требованиям законодательства и уставных документов компании, убедиться в том, что все вклады правильно и точно зарегистрированы и не содержат ошибок, а также обеспечить контроль за изменениями, произошедшими в размере и структуре уставного капитала компании. Ревизия также помогает выявить возможные нарушения законодательства и уставных документов, связанных с установлением и изменением уставного капитала компании и предотвратить дальнейшие неправомерные действия.

Ревизия вклада в уставный капитал может произойти по различным причинам, таким как изменение стоимости имущества, ошибка при определении размера вклада, неправомерное увеличение уставного капитала и т.д.

Ревизия вклада в уставный капитал является процедурой, в ходе которой учредители или акционеры компании пересматривают условия своего вклада в уставный капитал. Ревизия может проводиться в различных целях, включая увеличение или уменьшение размера вклада, изменение прав стимулирования и других условий.

Процедура ревизии вклада в уставный капитал обычно описывается в учредительных документах организации и может включать различные требования и ограничения. Во всяком случае, для проведения ревизии

необходимо соблюдать определенные формальности и обеспечить согласование всех заинтересованных сторон.

Уставный капитал может быть внесен физическими лицами или юридическими лицами. Также возможно внесение уставного капитала в виде материальных и нематериальных активов. Например, недвижимость, оборудование, интеллектуальная собственность, права на интеллектуальную собственность, денежные средства и другие активы. Кроме того, в некоторых странах существует возможность выкупа акций в качестве источника вклада в уставный капитал.

При ревизии вклада в уставный капитал необходимо также учитывать юридические последствия данных изменений. В частности, изменение размера уставного капитала может повлечь за собой смену статуса компании в государственных реестрах или изменение стоимости. Поэтому желательно проводить ревизию с помощью профессионалов в сфере юриспруденции и финансов.

Проблемы, которые могут возникнуть при проведении ревизии вклада в уставный капитал, включают:

1. Недостаточная документация: при проведении ревизии важно иметь полный набор документов, подтверждающих внесение вклада. Если некоторые из этих документов отсутствуют или не соответствуют требованиям закона, то это может привести к задержкам в проведении ревизии или даже к ее провалу.

2. Споры и конфликты. Ревизия вклада в уставный капитал может вызвать споры между участниками, что может привести к задержкам и дополнительным расходам.

3. Незаконность. Если ревизия вклада в уставный капитал проводится без должного уведомления и принятия решения участниками, это может привести к правовым проблемам.

4. Бухгалтерские ошибки. Неправильное ведение бухгалтерского учета или ошибка при расчетах могут привести к неверным данным о стоимости вклада.

5. Возможные ограничения. Может быть ограничение на проведение ревизии вклада в уставный капитал, которое предусмотрено законодательством или Уставом компании.

6. Определение правовой формы вклада: участник может внести в уставный капитал компании как денежные средства, так и иные ценности. При этом, для каждой правовой формы вклада существуют свои особенности и правила проведения ревизии.

Для решения проблемы ревизии вклада в уставный капитал необходимо:

1. Проверить документы, связанные с формированием уставного капитала, включая договоры, акты оценки имущества, протоколы решений учредителей и уполномоченных органов.

2. Обратиться к юристам или экспертам для определения правомерности изменения вклада.

3. Обсудить эту проблему с учредителями или другими заинтересованными сторонами, включая банк, в котором зарегистрирован уставный капитал.

4. Если проблема не решается в добровольном порядке, можно обратиться в арбитражный суд, чтобы защитить свои права и интересы.

5. В случае изменения размера вклада необходимо внести изменения в уставное положение организации и уведомить соответствующие государственные органы.

Важно помнить, что решение проблемы ревизии вклада в уставный капитал может занять время и потребовать дополнительных финансовых затрат. Поэтому рекомендуется найти компромиссное решение с заинтересованными сторонами с начала, чтобы избежать долгих и дорогостоящих судебных процессов.

Список литературы

1. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: федер. закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ. – Доступ из СПС «КонсультантПлюс»

2. Об акционерных обществах [Электронный ресурс]: федер.закон от 26.12..1995 № 208-ФЗ. – Доступ из СПС «КонсультантПлюс»

3. Государственные инвестиции – что это, виды и формы, особенности [Электронный ресурс]. – 2020. – URL:https://kontur.ru/articles/360.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В.А. Васенева, С.С. Долженко, Я.А. Рассохина
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
vvasenyova@bk.ru

Данная статья посвящена оценке влияния импортозамещения продовольственных товаров на продовольственную безопасность России, которая является неотъемлемой частью экономической

безопасности страны. Проанализирована динамика ввоза и потребления основных видов продуктов питания. Произведена оценка уровня самообеспечения продовольствием за период с 2017 по 2021 гг.
Ключевые слова: продовольственная безопасность, импорт, импортозамещение, самообеспечение продовольствием, личное потребление, продукты питания.

Одной из важнейших составляющих национальной безопасности государства является обеспечение населения продовольствием. В настоящее время проблема сохранения продовольственной безопасности актуальна в связи с ухудшением геополитической обстановки и масштабными санкциями. Согласно Доктрине Продовольственной безопасности РФ от 21.01.2020 г. продовольственная безопасность – это «состояние социально-экономического развития страны, при котором обеспечивается продовольственная независимость Российской Федерации, гарантируется физическая и экономическая доступность для каждого гражданина страны пищевой продукции, соответствующей обязательным требованиям, в объемах не меньше рациональных норм потребления пищевой продукции, необходимой для активного и здорового образа жизни» [1, С. 5].

Решение проблемы поддержания продовольственной безопасности возможно в условиях ведения политики импортозамещения, которая позволит свести к минимуму отрицательный эффект от возможных ограничений импорта продуктов питания и обеспечить продовольственную безопасность страны. Импортозамещение – это замещение зарубежных товаров/услуг товарами собственного производства в стране.

Для того, чтобы оценить результаты проведения политики импортозамещения в РФ, рассмотрим официальные данные статистики по импорту основных продовольственных товаров за период с 2017 по 2021 гг. [5]. Анализ этой информации позволяет сделать следующие выводы:

1) одной из основных статей импорта за рассматриваемый период являются фрукты;

2) импорт мяса скота, консервов и колбасных изделий снижается из года в год;

3) импорт сухого и жидкого молока в рассматриваемом периоде имеет тенденцию к снижению за исключением 2019 и 2020 годов.

Для анализа эффективности импортозамещения рассмотрим данные производства основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в РФ [4] и сделаем выводы:

– в стране наилучшим образом налажено импортозамещение молока (ежегодно его производится в среднем 5558 тыс. тонн), динамика его производства положительная за исключением 2019 года;

– в наименьших объемах в стране производятся фрукты, ягоды и орехи; объемы производства увеличивались в период с 2017 по 2021 год, но в 2022 году произошел спад на 8,8 тыс. тонн.

С целью оценить эффективность политики импортозамещения рассмотрим данные о личном потреблении основных продуктов и рассчитаем удельный вес импортозамещенной продукции в личном потреблении [5].

Наиболее потребляемыми продуктами в РФ являются молоко и молочная продукция, ежегодно в России потребляется около 34377,3 тыс. тонн. Отечественные предприятия производят в среднем 9819,7 тыс. тонн импортозамещающей продукции, что составляет 28,6% от всего личного потребления. Также в большом количестве потребляются овощи, в среднем 15474,3 тыс. тонн, замещается же 126,2 тыс. тонн. Население в наименьших количествах потребляет рыбу, в среднем 3091,9 тыс. тонн. А импортозамещается рыбы 1187,2 тыс. тонн.

Одна из важнейших характеристик продовольственной безопасности – самообеспеченность страны основными продуктами питания. В рамках действующей доктрины установлены показатели продовольственной независимости. Рассмотрим динамику уровня самообеспечения и сравним их с пороговыми значениями, установленными в доктрине (табл. 1).

Таблица 1 – Уровень самообеспечения основными продуктами питания по РФ, %

Вид продукции	2017	2018	2019	2020	2021	Темп роста (2021 г. к 2017 г., %)
Мясо	93,5	95,7	97,4	100,1	99,7	106,6
Молоко и молочные продукты	82,3	83,9	83,9	84,0	84,3	102,4
Рыба	138,7	158,5	152,8	160,7	153,7	110,8
Овощи	87,6	87,2	87,7	86,3	88,3	100,8
Фрукты, ягоды, орехи	33,1	38,8	40,2	42,4	44,4	134,1

Россия в большей степени обеспечена рыбой и рыбной продукцией, ежегодно за рассматриваемый период уровень самообеспеченности превышает 100%. Пороговое значение составляет 85%, реальные

показатели превышают его примерно в 1,5 раза. Это говорит о независимости страны от импорта данной продукции. Превышает пороговое значение (85%) и уровень самообеспечения мясом и мясопродуктами. Импортозамещение данного продукта происходит достаточно эффективно. Население страны обеспечено мясом и мясопродуктами собственного производства в среднем на 97,3%.

Однако наблюдаются определенные проблемы с обеспечением рынка овощами, бахчевыми, молоком и молочной продукцией, фруктами, ягодами и орехами. Для молока и молочной продукции, овощей и бахчевых культур пороговое значение составляет 90%, для фруктов, ягод и орехов – 60%. Причинами этого являются неблагоприятные климатические условия, короткий сезон выращивания и дефицит технического оснащения сельского хозяйства и трудовых ресурсов.

Таким образом, продовольственная безопасность является важнейшим составным элементом экономической и национальной безопасности государства. В целом, импортозамещение в РФ ведется достаточно эффективно. По уровню обеспечения продовольственной безопасности Россия относится к группе относительно независимых стран. Нарастив потенциал в отстающих отраслях производства, страна сможет полностью обеспечить свою продовольственную безопасность. Для этого нужно приложить усилия в различных областях науки, техники, государственного и муниципального управления [2]. Это позволит приобрести и ввести в эксплуатацию более эффективное и наукоёмкое оборудование, привлечь высококвалифицированных специалистов.

Список литературы

1. Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации: указ Президента РФ от 21 января 2020 г. № 20.
2. Канаматова Д.А. Обеспечение продовольственной безопасности Российской Федерации // Вестник евразийской науки. – 2021. – Т.13 – №6.
3. Пашин А. Ю. Влияние импортозамещения на продовольственную безопасность страны // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020 – № 1-2 (40) – С .121–123.
4. Импортозамещение в России. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения: 23.03.2023).
5. Потребление основных продуктов питания населением Российской Федерации. Федеральная служба государственной статистики

[Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения: 25.03.2023).
6. Храмцова Т.Г., Храмцова О.О. Анализ потребления населением продуктов питания в контексте обеспечения продовольственной безопасности // Вестник НГУЭУ. – 2017. – № 3. – С. 249-257.
7. Храмцова Т.Г., Храмцова О.О. К вопросу о продовольственной безопасности // Современное коммуникационное пространство: анализ состояния и тенденции развития: материалы Международной научно-практической конференции: в 2 частях. Под редакцией И.В. Архиповой; Министерство образования и науки РФ, Новосибирский государственный педагогический университет. 2016. С. 270-275.

АНАЛИЗ ДЕФИНИЦИИ ПОНЯТИЙ «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ», «ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ»

А.О. Гарина, Е.В. Хит
Сибирский институт управления – филиал РАНХИГС
aniuta.garina@mail.ru

В работе освещены различные мнения авторов об определении дискуссионных понятий «финансовый контроль» и «государственный финансовый контроль», описана их взаимосвязь и раскрыта сущность. На основе исследованных источников были даны авторские определения, а также были выявлены основные научные подходы к использованию рассматриваемых понятий.

Ключевые слова: финансовый контроль, государственный финансовый контроль, функциональный подход, субъектно-территориальный подход, комплексный подход.

На сегодняшний день определения понятий «финансовый контроль» и «государственный финансовый контроль» законодательно не закреплены. Ввиду этого, вопрос об их взаимосвязи является достаточно дискуссионным.

Так, например, Ю. А. Крохина подходит к определению финансового контроля как контроля, осуществляемого государственными (муниципальными) органами. Она считает, что основная цель финансового контроля – обеспечить защиту прав государства и муниципальных образований. Таким образом, финансовый контроль определяется как инструмент обратной связи,

позволяющий государственным (муниципальным) органам получать информацию о соблюдении нормативно-правовых актов, которые они принимают. Следовательно, финансовый контроль связан с деятельностью государственных (муниципальных) органов, которые в свою очередь являются частью финансовой политики государства. Данное понимание финансового контроля является достаточно узким, поскольку охватывает только определенный круг субъектов [4, с. 111].

Е.Ю. Грачева предлагает иное определение понятия «финансовый контроль», которое охватывает более широкий круг субъектов. Согласно ее определению «финансовый контроль» это – регламентированная законом деятельность органов и организаций, включая государственные, муниципальные и общественные, направленная на проверку соблюдения законности всеми субъектами в процессе осуществления финансовой деятельности с целью достижения социально значимых задач и целей. Согласно мнению автора, финансовый контроль может осуществляться не только государственными органами, но и муниципальными и общественными организациями. Тем не менее, проверка законности осуществления финансовой деятельности является единственным объектом финансового контроля [2, с. 31].

Финансовый контроль – это вид деятельности, осуществляемый соответствующими органами управления финансовой системы и финансовых институтов государства, который организует и проводит контроль за формированием и использованием финансовых ресурсов на всех уровнях хозяйствования, с целью обеспечения эффективного социально-экономического развития страны и отдельных регионов.

В статье 265 «Виды государственного (муниципального) финансового контроля» БК РФ раскрывается цель государственного финансового контроля как обеспечение соблюдения законодательных актов бюджетной сферы, но конкретное определение не представлено [1].

Обратимся к определению А.Г. Грязновой. По ее мнению, государственный финансовый контроль представляет собой комплекс мероприятий и операций, выполняемых специально уполномоченными органами, с целью проверки соблюдения субъектами хозяйствования, органами государственной власти и местного самоуправления соответствующих норм права. Также данный контроль направлен на получение полной и достоверной информации о ходе реализации принятых управленческих решений в процессе формирования, распределения и использования финансовых ресурсов [3, с. 143].

Н. И. Химичева считает, что государственный финансовый контроль представляет собой осуществляемую при помощи определенных организационных форм и методов деятельность контролирующих государственных органов, и направлена на определение законности и достоверности финансовых операций, объективную оценку экономической эффективности финансово-хозяйственной деятельности, выявление резервов для ее улучшения, увеличения доходов, поступающих в бюджет и сохранения государственной собственности [5, с. 129].

Обобщив все выше изложенное, можно сказать, что государственный финансовый контроль – это вид деятельности, осуществляемый органами государственной власти и местного самоуправления, направленный на проверку соблюдения бюджетного законодательства РФ и других нормативных актов, регулирующих бюджетные правоотношения.

Рассмотрев с разных сторон данные понятия, можно сделать вывод, что понятие «государственный финансовый контроль» является более узким понятием, чем «финансовый контроль», оно охватывает деятельность уполномоченных органов государственной власти и органов местного самоуправления. В свою очередь, «финансовый контроль» включает в себя также деятельность других участников финансовых отношений, таких как финансовые институты, коммерческие организации и т.д. Он направлен на контроль за формированием и использованием финансовых ресурсов на всех уровнях хозяйствования в целях обеспечения эффективного социально-экономического развития страны и отдельных регионов.

С другой стороны, данные понятия можно считать синонимами, но это зависит от определенного контекста и подхода. В ходе изучения научных трудов, посвященных вопросам финансового контроля, условно можно выделить три подхода:

– функциональный подход. Определяет понятие финансового контроля на основе его целей и задач. Согласно этому подходу, финансовый контроль – это система мер, направленных на обеспечение целей финансовой политики и контроля за исполнением бюджета. Государственный финансовый контроль – это часть финансового контроля, которая относится к контролю за бюджетными средствами и расходами государственных и муниципальных органов власти;

– субъектно-территориальный подход. Определяет понятие государственного финансового контроля на основе субъекта контроля и его территории. Согласно этому подходу, государственный финансовый контроль – это система мер, направленных на контроль за

бюджетными средствами и расходами государственных и муниципальных органов власти на определенной территории;

– комплексный подход. Определяет понятие государственного финансового контроля как часть общей системы финансового контроля, включающей контроль за бюджетными и внебюджетными средствами, контроль за налогами, контроль за финансовой отчетностью организаций и другие виды контроля.

Таким образом, определения понятий «финансовый контроль» и «государственный финансовый контроль» могут варьироваться в зависимости от контекста, в котором они используются. Однако, общая идея заключается в том, что финансовый контроль – это система мер и методов, направленных на контроль и оценку финансовой деятельности, а государственный финансовый контроль- это форма финансового контроля, осуществляемая государственными органами для надзора и контроля за использованием бюджетных средств и соблюдением финансового законодательства. Государственный финансовый контроль является частью общего понятия финансового контроля, который охватывает широкий спектр финансовых отношений и участников.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федер. закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ: принят Гос. Думой 17 июля 1998 г. : одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. - № 31. – Ст. 3823.
2. Грачева Е.Ю. Финансовое право: учебник для среднего профессионального образования / Е.Ю. Грачева, Э.Д. Соколова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2021. — 272 с. — (Ab ovo). - ISBN 978-5-91768-952-4.
3. Грязнова, А.Г. Финансы: учебник/ А. Г. Грязнова, Е. В. Маркина. – 2-е изд. – Москва : Финансы и статистика, 2012.– 496 с. - ISBN: 978-5-279-03455-0.
4. Крохина, Ю.А. Финансовое право России: учебник / Ю. А. Крохина. – 6-е изд. – Москва : Норма : ИНФРА-М, 2021. – 504 с. - ISBN: 978-5-00156-069-2.
5. Химичева, Н.И. Финансовое право: учебник / Н. И. Химичева, Е. В. Покачалова. – 6-е изд. – Москва : Норма : ИНФРА-М, 2019. - 800 с. – ISBN: 978-5-91768-837-4.

ПРИЧИНЫ НИЗКОЙ ВОВЛЕЧЕННОСТИ АУДИТОРСКОГО СООБЩЕСТВА В СИСТЕМУ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ И СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

И.В. Гололобова, В.А. Кобекина, В.Н. Колосова, А.С. Тарасова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
vika.kobekina@yandex.ru

Представлены проблемы аудиторских сообществ в области противодействия легализации доходов, полученных преступным путем, и способы их решения для увеличения эффективности аудиторской деятельности. Рассмотрены конкретные причины возникновения данных проблем, которые были получены с помощью анализа аудиторской деятельности в России. В ходе изучения данного вопроса получили ожидаемый результат. Применение мер, представленных в статье, поможет добиться повышения вовлеченности аудиторов в систему противодействия легализации доходов, полученных преступным путем.

Ключевые слова: отмывание денег, аудиторские сообщества, вовлеченность аудиторского сообщества, подозрительные сделки, финансовые правонарушения, причины невовлеченности аудиторского сообщества.

Легализация доходов, полученных преступным путем является серьезным экономическим преступлением. В настоящее время участие аудиторского сообщества в системе борьбы в противодействии преступным методам легализации доходов, является недостаточным. В современном мире, когда мошеннические схемы растут ужасающими темпами, необходима дополнительная защита от преступности.

Распоряжением Правительства от 31.12.2020 N 3709-р определено одно из приоритетных направлений эффективной трансформации аудиторской деятельности до 2024 года, им является Расширение участия аудиторского сообщества в национальной системе противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма, а также в борьбе с коррупцией, включая взяточничество за рубежом [2].

Существует несколько причин, связанных с отсутствием должного участия аудиторского сообщества в противостоянии борьбе против легализации доходов, которые были получены преступным путём:

1. Неосведомленность аудиторов в этой сфере, отсутствие опыта или же его нехватка (недостаток) также в этой сфере;

2. Непонимание аудитором места и роли всего аудиторского сообщества в системе противодействия отмывания доходов преступными методами;

3. Недостаточно высокая степень ответственности самих аудиторов и их этические, моральные нормы;

4. Финансовый интерес, боязнь потерять своих клиентов в будущем.

Для того чтобы максимально вовлечь аудиторские фирмы в систему противодействия отмыванию денег, необходимо внести изменения в законодательство Российской Федерации:

1. Эффективное выявление необычных или подозрительных сделок. На данный период времени в Приказе Росфинмониторинга от 08.02.2022 N 18 предоставлено 40 групп признаков указывающих на нетипичный характер операций (сделок) [1];

2. Привлечением аудиторов к контролю над быстро развивающимися финансовыми инструментами;

3. Дополнительные санкции на индивидуального аудитора и аудиторские организации за сокрытие и (или) не своевременное сообщение о сомнительных сделках и трансакциях в вышестоящие уполномоченные органы;

4. Борьба с мошенничеством, коррупцией и отмыванием денег должна быть совместной работой всех заинтересованных сторон, включая лидеров в сегменте бизнеса, специалистов по бухгалтерскому учету, разработчиков стандартов и финансовый сектор.

Необходим скоординированный подход для достижения ощутимых результатов. Совместная работа поможет использовать все возможности противодействия преступным действиям и обеспечить эффективное использование денежных средств.

Список литературы

1. О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма [Электронный ресурс]: федер.закон от 07.08.2001 N 115-ФЗ // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

2. Об утверждении Особенностей представления в Федеральную службу по финансовому мониторингу информации, предусмотренной Федеральным законом от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» [Электронный

ресурс]: приказ Федеральной службы по финансовому мониторингу от 8 февраля 2022 г. № 18 "// Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
3. Распоряжение Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. N 3709-р – «Концепция развития аудиторской деятельности в Российской Федерации до 2024 года» // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

К ВОПРОСУ ОБ АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

В.А. Голыбина, И.А. Севастеева
Новосибирский государственный аграрный университет
89538033898@mail.ru

Принимать взвешенные и оптимальные управленческие решения в сфере управления финансами позволяет проведение качественного финансового анализа, составным элементом которого выступает анализ финансовой устойчивости. Если вопросы анализа и оценки финансовой устойчивости коммерческих организаций разработаны достаточно подробно, то оценка финансовой устойчивости бюджетных учреждений для российской экономики достаточно новое понятие. В статье проведен анализ отличий сущности финансовой устойчивости коммерческих организаций и бюджетных учреждений, а также методики расчета коэффициента финансовой устойчивости субъектов бюджетного финансирования.
Ключевые слова: финансовая устойчивость, бюджетное учреждение, коэффициент самостоятельного финансирования, коэффициент структуры активов.

Необходимость своевременных и качественных анализа и оценки финансового положения, в том числе финансовой устойчивости, бюджетного учреждения обусловлены требованием рационального использования средств государственного бюджета. В условиях современной экономики наиболее оптимально осуществлять финансирование оказания государственных услуг (выполнение работ), предоставляемых на основе рыночных принципов, в виде субсидий.

Согласно действующему законодательству Российской Федерации, бюджетные учреждения в отличие от коммерческих организаций, не имеют основной целью осуществления своей деятельности извлечение прибыли. Вместе с этим, при отсутствии прямого запрета, бюджетное

учреждение вправе заниматься предпринимательской деятельностью в той мере, в которой это способствует достижению основных целей, ради которых создано бюджетное учреждение. Следует отметить, что оказание государственных услуг может быть осуществлено как бесплатно, так и по утвержденным тарифам, которые, в том числе, формируют доходную часть непосредственно самого учреждения.

Несмотря на сходства определений разница между финансовой устойчивостью коммерческих и бюджетных организаций весьма существенна.

Для коммерческой организации коэффициент финансовой устойчивости отражает степень финансирования активов компании за счет надежных долгосрочных источников (то есть, долю источников внешнего финансирования деятельности). Данный показатель рассчитывается по формуле:

$$Кфу = \frac{СК + ЗКд}{ВБ},$$

где Кфу – коэффициент финансовой устойчивости, СК – собственный капитал, ЗКд – заемный капитал долгосрочный, ВБ – валюта баланса.

Высказывается мнение, что кредиторская задолженность бюджетного учреждения перед учредителями, полностью обеспеченна активами, закрепленными за учреждением, которые предлагается считать вкладом учредителей в уставный фонд (иначе говоря, собственный капитал). На основании вышеизложенного предлагается оценивать финансовую устойчивость бюджетного учреждения по указанной выше формуле [1].

При этом, под собственным капиталом предполагается понимать бюджетное финансирование на обеспечение выполнения задания на оказание государственных услуг (выполнение работ) и средства от осуществления деятельности, приносящей доход.

Мы считаем, в связи с тем, что все основные средства, закрепляются за бюджетным учреждением на праве оперативного управления, а право собственности на них принадлежит учредителю, бюджетное учреждение не имеет собственного капитала, что не позволяет рассчитать коэффициент финансовой устойчивости для данных учреждений по общей формуле.

Финансовая устойчивость бюджетных учреждений определяется соотношением источников поступления средств, используемых для финансирования их деятельности. Поскольку бюджетное учреждение осуществляет свою деятельность за счет государственного финансирования, направленного на строго определенные цели, в

первую очередь анализу подлежит долгосрочная и краткосрочная финансовая устойчивость. Это позволяет оценить возможность организации вести свою деятельность при сокращении объема бюджетного финансирования и выполнять текущие обязательства [2].

Для бюджетного учреждения долгосрочную финансовую устойчивость характеризует коэффициент самостоятельного финансирования, характеризующий объем собственных источников финансирования, приходящийся на каждый рубль, полученный из государственного (муниципального) бюджета, и рассчитываемый по формуле:

$$Ксф = \frac{Ддд}{БФ},$$

где Ксф – коэффициент самостоятельного финансирования, Ддд – доход от дополнительной деятельности бюджетного учреждения, БФ – объем бюджетного финансирования.

Краткосрочную финансовую устойчивость в бюджетной сфере характеризует коэффициент структуры активов учреждения, отражающий соотношение активов, и рассчитываемый по формуле:

$$Кса = \frac{САсо}{САдд},$$

где Кса – коэффициент структуры активов учреждения, САсо – стоимость активов собственных оборотных, САдд – стоимость активов, полученных от дополнительной деятельности.

Чем ближе значение рассмотренных коэффициентов к единице, тем стабильнее положение бюджетного учреждения, так как доля дохода, полученного от осуществления дополнительной деятельности в общем объеме финансовых ресурсов достаточно высока. В случае, если значение коэффициентов равно единице, то бюджетное учреждение способно финансировать свою деятельность самостоятельно.

Анализ и оценка финансовой устойчивости выступает действующим механизмом, обеспечивающим принятие взвешенных управленческих решений по улучшению финансового состояния экономического субъекта.

Список литературы

1. Иоффе Ю. Финансовый анализ предприятия: примеры расчетов и модели для скачивания [Электронный ресурс] // Финансовый директор.

– 2023. – 17 марта. – URL: https://www.fd.ru/articles/159620-finansovyy-analiz-predpriyatiya (дата обращения: 25.04.2023).
2. Золотун Е.П. Методологические основы анализа финансового состояния бюджетного учреждения [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osnovy-analiza-finansovogo-sostoyaniya-byudzhetnogo-uchrezhdeniya (дата обращения: 27.04.2023).

РОЛЬ ВНЕШНЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ

К.Р. Жукова, Е.В. Хит
Сибирский институт управления – филиал РАНХИГС
ZhukovaKsenya2000@mail.ru

В работе рассмотрены главные вопросы внешнего государственного (муниципального) финансового контроля в сфере обеспечения экономической безопасности государства. Выявлены ключевые аспекты проявления данного влияния и индикаторы экономической безопасности РФ. Также был проведен анализ динамики государственного долга РФ и динамики налоговых поступлений и государственных расходов за период 2020-2022 гг.
Ключевые слова: внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль, экономическая безопасность, индикаторы экономической безопасности.

Внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль играют важную роль в обеспечении экономической безопасности Российской Федерации.

Контрольно-счетные органы, осуществляющие этот контроль, обнаруживают нарушения законодательства в сфере финансов и экономики, выявляют неэффективное использование государственных и муниципальных ресурсов, а также препятствуют коррупции и другим экономическим преступлениям. В результате, уровень финансовой дисциплины и контроля в государстве повышается, что способствует укреплению экономической безопасности.

Влияние внешнего государственного (муниципального) финансового контроля на экономическую безопасность России проявляется в следующих аспектах:

– уменьшение рисков неэффективного использования государственных и муниципальных финансовых ресурсов, что позволяет экономить бюджетные средства и направлять их на развитие экономики, социальную сферу и другие приоритетные направления;

– снижение уровня коррупции и экономических преступлений в государстве, что повышает доверие бизнеса и инвесторов, улучшает инвестиционный климат и стимулирует экономический рост;

– обеспечение финансовой устойчивости государства и снижение уровня государственного долга, что позволяет уменьшить риски финансового кризиса и обеспечить стабильность экономики;

– повышение прозрачности и открытости бюджетного процесса, что улучшает доступность информации о государственных финансах и позволяет обществу контролировать их использование;

– усиление мер по защите прав инвесторов и предпринимателей, что способствует развитию бизнеса и стимулирует экономический рост.

Внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль оказывает влияние на ряд индикаторов экономической безопасности Российской Федерации, таких как: уровень коррупции, уровень государственного долга, уровень инвестиций, уровень инфляции, уровень финансовой устойчивости бюджета, уровень социальной защищенности населения [1].

Влияние внешнего государственного (муниципального) финансового контроля на такой индикатор экономической безопасности как уровень коррупции проявляется в том, что данный контроль осуществляется в первую очередь за использованием бюджетных средств и за эффективностью их расходования, что может помочь предотвратить случаи коррупции и злоупотребления.

Уровень государственного долга предполагает контроль за бюджетным процессом и за уровнем дефицита бюджета может способствовать снижению государственного долга.

Контроль за использованием инвестиционных средств и за прозрачностью инвестиционных процессов влияет на уровень инвестиций и, следовательно, помогает привлечь больше инвестиций в экономику России.

Контроль за бюджетным процессом обеспечивает уровень финансовой устойчивости бюджета, а также помогает сбалансировать бюджет и сохраняет финансовую устойчивость государства.

Контроль за социальными программами и за расходованием бюджетных средств на социальную сферу может помочь улучшить уровень социальной защищенности населения.

В свою очередь, контроль за бюджетным процессом и за расходованием бюджетных средств может помочь снизить уровень инфляции.

В нынешних экономических условиях внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль оказывает значительное влияние на уровень государственного долга и финансовую устойчивость бюджета посредством различных механизмов.

Во-первых, контроль за использованием бюджетных средств. Например, если контрольные органы выявляют незаконное или нецелевое использование бюджетных средств, то это может привести к дополнительным расходам для государства и увеличению государственного долга. В то же время, более эффективное использование бюджетных средств может уменьшить дефицит бюджета и снизить необходимость займов и, следовательно, государственного долга.

Анализ динамики объема государственного долга за период с 2020 по 2022 годы показал его значительный рост, более чем в 1,5 раза [4].

Во-вторых, контроль за налоговыми поступлениями. Контрольные органы могут выявлять налоговые нарушения, что может привести к увеличению доходов государства и уменьшению необходимости займов. В то же время, если контрольные органы препятствуют налоговым вычетам или используют свои полномочия неправомерно, это может привести к уменьшению доходов государства и увеличению государственного долга.

По данным сайта ФНС России, объем налоговых поступлений за период с 2021 по 2022 годы снизился на 1,1 трлн. рублей, а государственные расходы увеличились на 1,1 трлн. рублей, что является одной из весомых причин увеличения государственного долга [2].

В-третьих, контроль за деятельностью финансовых институтов. Внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль может также включать контроль за деятельностью финансовых институтов, таких как банки и инвестиционные фонды. Неправильное управление рисками или финансовыми операциями этих институтов может привести к финансовым потерям, которые могут в конечном итоге повлиять на финансовую устойчивость государства.

Таким образом, внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль может оказывать значительное влияние на уровень государственного долга и финансовую устойчивость через

различные механизмы, в этой связи он является важным инструментом обеспечения экономической безопасности страны.

Список литературы

1. Чуйков А.С. Анализ показателей экономической безопасности России [Электронный ресурс] / А.С. Чуйков, И.В. Ревун // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2022. - №5-3. - URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-pokazateley-ekonomicheskoy-bezopasnosti-rossii.
2. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – URL: www.nalog.ru (дата обращения: 16.02.2023).
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: www.gks.ru (дата обращения: 10.02.2023).
4. Электронный бюджет [Электронный ресурс]. – URL: www.budget.gov.ru (дата обращения 01.03.2023).

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫЕЗДНЫХ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК ПО НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Д.В. Зачиняева
Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
zdacha227@gmail.com

В работе представлен расчет и анализ эффективности выездных налоговых проверок по Новосибирской области на основе официальных данных ФНС России за период с 01.01.2013 по 01.01.2022 год. Выделены факторы, влияющие на данный показатель, а также определены проблемы, снижающие эффективность выездных налоговых проверок, предложены рекомендации по решению.

Ключевые слова: выездные налоговые проверки, эффективность выездных налоговых проверок, риск-ориентированный подход, планирование, анализ.

Согласно Приказа ФНС России от 09.11.2017 № ММВ-7-1/846@ «О показателях результативности и эффективности контрольно-надзорной деятельности Федеральной налоговой службы» эффективность выездных налоговых проверок рассчитывается по следующей формуле:

$$Эвп = \frac{Двп}{Крвп},$$

где Двп - сумма доначисленных платежей по результатам выездных налоговых проверок, млн. руб.;

Крвп - количество выездных налоговых проверок, в ходе которых были установлены нарушения законодательства о налогах и сборах.

Дополнительно для анализа будут использованы следующие показатели:

Кпв - количество выездных проверок, ед., Кпв(б) - количество выездных проверок без нарушений, ед.

Данные по Новосибирской области в период с 01.01.2013 по 01.01.2022 приведены в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Данные по выездным налоговым проверкам Новосибирской области в период с 01.01.2013 по 01.01.2022 год

Показатели	Значение на 01.01									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Кпв	737	447	447	489	541	439	220	146	125	159
Крвп	733	438	440	485	532	329	214	137	121	148
Кпв(б)	4	9	7	4	9	110	6	9	4	11
Динамика Кпв	-	-	0	42	52	-	-	-74	-21	34
Двп	539	396	474	400	409	323	272	165	170	333
Из них налогов, млн. руб.:	3970	2939	3507	3003	3079	2506	2036	1172	1240	2357
Доля налогов	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7

Продолжение Таблицы 1

Показатели	Значение на 01.01									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Динамика Двп	-	-1430	787	-747	98	-866	-507	-1066	45	1631
Эвп	7,35	9,04	10,79	8,25	7,70	9,82	12,73	12,11	14,08	22,53

Из представленных данных можно сделать следующие выводы:

– показатель Кпв за исследуемый период сократился более чем в 4 раза, следствием этого стало сокращение сумм доначислений, однако доля налогов в данных доначислениях остается более 70%. Данный факт говорит о том, что несмотря на снижение сумм доначислений, бюджет стабильно пополняется налогами;

– показатель Эвп неравномерно растет на протяжении исследуемого периода. Минимальное значение составляло 7,35 на 01.01.2013 год, а максимальное 22,53 на 01.01.2022 год, резкий рост наблюдается после 2018 года. Данный факт обусловлен модернизацией риск-ориентированного подхода при планировании выездных проверок, что могло также оказать влияние на резкий рост показателя Кпв(б) в 10 раз в первый год его применения;

– снижение показателя Кпв может говорить о том, что у инспекций появилось больше возможностей перераспределить свои ресурсы не на количественный, а на качественный показатель выездных проверок. Повышение квалификации инспекторов позволяет повысить профессионализм сотрудников, а разработка новых методов отбора налогоплательщиков для проведения проверки и их автоматизация снижает излишние трудозатраты, понижает уровень нагрузки на одного инспектора, позволяя направить ресурсы инспекции на обнаружение схем уклонения от уплаты налогов и сбор доказательной базы;

– низкое значение показателя Эвп за 01.01.2020 в сравнении с 2019 и 2021 годами обусловлено негативными последствиями коронавируса, когда государство было вынуждено вводить различные меры поддержки бизнеса (налоговые каникулы и т.д.), для поддержания его функционирования.

Введение риск-ориентированного подхода, в качестве дополнительного анализа хозяйственной деятельности налогоплательщика при проведении выездных проверок, говорит о том, что на данный момент времени ФНС делает упор на повышение их качества, а не количества. При произведении расчета коэффициента корреляции между показателями Кпв и Двп, было выявлено следующее:

– в период с 01.01.2013 по 01.01.2017 (до модернизации риск-ориентированного подхода) наблюдалась сильная связь между показателями и составляла 0,751;

– в период с 01.01.2018 по 01.01.2022 связь является умеренной и составляет 0,594. Данный факт указывает на то, что на эффективность налоговых проверок стали оказывать влияние иные факторы, которые необходимо учитывать.

Так, в настоящий момент времени для повышения эффективности налоговых проверок необходимо учитывать и анализировать дополнительные показатели, такие как: количество решений налогового органа, которые были признаны судом не действительными, что является проблемой на сегодняшний день. Модернизация налогового законодательства, а также повышение квалификации инспекторов в части составления эффективной доказательной базы применения налогоплательщиком схем уклонения от уплаты налогов позволит повысить эффективность выездных налоговых проверок.

Список литературы

1. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – URL: URL: https://www.nalog.ru (дата обращения: 02.05.2023).

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Д.С. Зотова, А.В. Дегтярева, А.Р. Кузьменок, А.Е. Лопатова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
zotenka375@gmail.com

Проведение данного исследования направлено на характеристику особенностей бухгалтерского учета субъектов малого предпринимательства, а также выявление преимуществ и недостатков предлагаемых особенностей учета в отношении сохранения аналитических ценностей учетных данных, что

представляет важный аспект ведения учета на малых предприятиях с перспективой на выход на международный уровень.
Ключевые слова: субъекты малого предпринимательства, бухгалтерский учет, стандарты учета малого бизнеса, упрощенная форма отчетности.

Активизация предпринимательской деятельности является обязательным условием экономического роста, снижения уровня безработицы и повышения благосостояния населения страны и отдельного региона. Рост предпринимательской активности, в свою очередь, возможен только в условиях благоприятной деловой среды, в связи с чем в России реализуется Национальный проект, направленный на поддержку субъектов малого предпринимательства (СМП) и активизацию предпринимательской инициативы.

В настоящее время ведение учета СМП является одной из актуальных тем в финансовой науке и практике России. Это связано с тем, что нормативно-правовые акты и иные документы, регулирующие процесс ведения учета и составления отчетности, постоянно изменяются и корректируются, что приводит к появлению споров в практике его применения. Кроме того, на современном этапе развития экономики актуальна тенденция включения малого бизнеса в инновационный процесс, что вызывает проблему перехода российских организаций на международные стандарты финансовой отчетности для повышения качества учетных сведений.

Учет и отчетность являются важным инструментом анализа финансового состояния субъекта малого предпринимательства, который может оказать существенное влияние на его репутацию и принятие решения иными субъектами хозяйственного оборота о дальнейшем сотрудничестве.

Для субъектов малого предпринимательства отечественным законодательством предусмотрена возможность упрощения ведения бухгалтерского учета и составления соответствующей отчетности о своей деятельности. Однако, необходимо помнить, что, реализуя право введения упрощенной процедуры учета, необходимо соблюдать баланс между сокращением формализации деятельности и качеством учета работы, поэтому на первоначальном этапе работы организации необходимо правильно организовать процессы учета и отчетности, выбрав подходящую систему учета и компетентных специалистов.

Рассматривая систему послаблений для СМП относительно ведения учета, необходимо выделить два критерия этих послаблений [4]:

– организационного характера, предполагающие упрощение внешней процедуры организации бухгалтерского учета;

– содержательного характера, предполагающие упрощение внутреннего порядка отражения финансово-экономической деятельности на статьях баланса, а также содержания отдельных положений бухгалтерского учета и отчетности.

Так, рассматривая первый критерий, необходимо сказать, что федеральным законом №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» установлено, что руководитель организации, которая является субъектом малого предпринимательства или индивидуальным предпринимателем, вправе самостоятельно вести учет доходов и расходов, при том, что обычный порядок ведения соответствующего учета предполагает обязательное возложение данной обязанности на главного бухгалтера или иное должностное лицо, имеющее соответствующую квалификацию [1].

Несмотря на законодательное предоставление возможности самостоятельного ведения учета руководителем, что обеспечивает существенную экономию финансовых ресурсов организации, на практике малые предприятия предпочитают нанимать бухгалтера, чтобы обеспечить более качественное и профессиональное ведение учета и составление отчетности. Другой современной тенденцией является перевод бухгалтерской работы на аутсорсинг, который предполагает установление договорных обязательств со специализированной компанией. Неоспоримым преимуществом данного способа является получение гарантии предоставления качественных услуг при одновременном сокращении затрат на содержание штатного сотрудника.

Говоря о втором критерии определения особенностей учета малых предприятия, следует сказать, что вышеназванный федеральный закон предусматривает упрощение порядка учета для субъектов малого предпринимательства не только в организационном поле, но и по содержательному признаку, предоставляя право таким организациям вести бухгалтерский учет и составлять отчетность в упрощенной форме.

Рассматривая сущность упрощенной формы бухгалтерского учета, следует выделить ряд ее отличительных признаков [3]:

– возможность разработки собственных сокращений плана счетов и вариантов обобщения отражения бухгалтерских операций на балансе, например, объединить счета 23»Вспомогательное производство», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы» в единый счет 20 «Основное производство»;

– определять доходы и расходы кассовым методом;

– возможность использования законодательно упрощенного порядка ведения ПБУ, обязательных для применения (по ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений» для СМП предусматривается право отражать рассматриваемые объекты по первоначальной стоимости без учета динамики их обесценивания в силу сложности расчета);

– применять упрощенную систему учетных регистров;

– не формировать резервы и др.

Рассмотрев сущность организационных и содержательных особенностей учета субъектов малого предпринимательства, следует отметить очевидные преимущества их внедрения, заключающиеся в упрощении и упорядочивании ведения бухгалтерской деятельности организации, исключая ряд формальных, но не рентабельных для данного объема бизнеса отчетных операций и, как следствие, сокращении расходов на их ведение.

При этом, предоставление таких привилегий может создать ряд трудностей при попытке выхода на межрегиональный и межгосударственный уровень сотрудничества, поскольку упрощенный порядок бухгалтерского учета в таких масштабах на сегодняшний день полностью не унифицирован, следовательно, может возникнуть необходимость перейти на обычную систему. Данная проблема, часто встречающаяся на практике, обусловлена недостаточностью правовой регламентации условий ведения учета деятельности субъектами малого предпринимательства, что обуславливает необходимость упорядочивания системы учетных послаблений и закрепления их в едином акте подзаконного или ведомственного характера [3].

Реализация данных изменений актуальна в силу переориентации рынка международного экономического взаимодействия, при которой стандартизация МСФО даст определенный толчок в развитии всего бухгалтерского учета и малого бизнеса в целом.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер.закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ. – Доступ из СПС «КонсультантПлюс»

2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер.закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ. – Доступ из СПС «КонсультантПлюс»

3. Дятлова О.В. Особенности создания МСФО для предприятий МСП // Проблемы экономики и юридической практики. – 2019. – №1. – С. 85-87.

4. Кузина Е.И. Особенности бухгалтерского учета и отчетности СМП // Вестник Волжского университета. – 2019. – №3. – С. 200-210.

ВНЕДРЕНИЕ В РОССИЙСКИЙ БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ОЦЕНКИ ПО ДИСКОНТИРОВАННОЙ СТОИМОСТИ

К.Е. Квашнина, С.А. Долгая
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
kriszxcasd15062000@yandex.ru

В работе рассмотрены основные вопросы, связанные с понятием «дисконтирование». Как результат исследования был сделан вывод о том, что процесс оценки активов и обязательств по дисконтированной стоимости в России пока не имеет достаточного практического применения. При этом существуют проблемы, связанные с данным вопросом, такие как: расчет ставки дисконтирования, недостаточность профессиональной подготовки специалистов.

Ключевые слова: дисконтированная стоимость, ставка дисконтирования, финансовая отчетность, МСФО.

О необходимости рассчитывать дисконтированную стоимость говорится во многих стандартах бухгалтерского учёта: ПБУ 8/2010 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» (п. 20), ФСБУ 5/2019 «Запасы» (п. 13), ФСБУ 6/2020 «Основные средства» (п.23), ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения» (п. 10, 12), ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учёт аренды» (п. 14, 15, 25, 26). Расчет дисконтированной стоимости необходим в нескольких случаях:

– приобретение материальных ценностей на условиях отсрочки платежа;

– включение в стоимость материальных ценностей оценочных обязательств;

– определение обязательств по аренде.

Дисконтирование представляет собой приведение будущей стоимости денежных средств к реальной, путем использования ставки дисконтирования. Можно заметить, что между реальной и номинальной стоимостью есть существенная разница, то есть денежная сумма, полученная в настоящее время больше эквивалентной суммы, полученной в будущем. Существует ряд причин, оказывающих влияние на изменение стоимости с течением времени. К ним относятся: инфляция, риски неполучения и возможности альтернативных инвестиций.

Проведение процедуры дисконтирования предполагает определение ряда оценочных величин. К ним относят: ставку дисконтирования, период времени, используемый при дисконтировании.

На размер ставки дисконтирования могут влиять различные допущения. Как следствие, финансовый результат также подвергается изменению.

Для расчета ставки необходимо учитывать следующее:

– ставка дисконтирования рассчитывается до уплаты налогов и отражает текущую рыночную оценку (IAS 36 п.55). В современной практике применения ставок дисконтирования, обычно используются денежные потоки до вычета налога на прибыль. Однако, необходимо отметить, что эта же ставка может не соответствовать реальному потоку денежных средств компании после вычета налога;

– при оценке ставки дисконтирования будущих потоков денежных средств должны учитываться различные риски, которые могут повлиять на их размер. Однако часто бывает, что расчеты потоков денежных средств были скорректированы для учета этих рисков, но при оценке ставки дисконтирования эти корректировки не учитываются. [2].

При определении периода времени для дисконтирования, надо учитывать существующие и потенциальные возможности продления действующих договоров (например, по договорам аренды).

Многие специалисты считают, что использование оценки по дисконтированной стоимости в российском бухгалтерском учете будет способствовать более точному формированию активов и обязательств в отчетности. Так, например, при формировании в балансе строки «Основные средства» с использованием дисконтирования, можно точнее определить величину первоначальной стоимости, сумму амортизационных отчислений, а в конечном итоге, финансовый результат [3].

Однако, на сегодняшний день не хватает практических навыков по использованию дисконтирования. Для этого необходима выработка шагов, которые помогут внедрить в практику современные методы оценки по дисконтированной стоимости [2].

Оценка по дисконтированной стоимости активов и обязательств может оказаться более затратным методом при ведении бухгалтерского учета. Это связано с тем, что данный метод требует более сложных расчетов и анализа. Экономические субъекты столкнутся с необходимостью увеличения затрат на повышение профессиональной подготовки специалистов, и программного обеспечения, адаптированного под новые требования. Указанный метод позволяет достичь более точных результатов оценки активов и обязательств, что

повлияет на бухгалтерский учет в целом. Таким образом, дисконтированная стоимость будет иметь значительное влияние на развитие практик бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности [1].

Список литературы

1. Долгая С.А., Головина Н.А. Анализ практики внедрения в российский бухгалтерский учет оценки активов и обязательств по дисконтированной стоимости // Анализ и диагностика. – 2019. – № 4.
2. Ефимова О.В., Рожнова О.В. Актуальные проблемы использования дисконтированной стоимости в финансовой отчетности // Экономический анализ: Теория и Практика. – 2021. – № 9 (516).
3. Субботина Д.Г Особенности формирования стоимости основных средств с учетом дисконтирования» // Наука и просвещение. – 2018. – № 5.

ГУДВИЛЛ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ БИЗНЕСОВ

А.В. Ким, Т.Ю. Еприкова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
iamanna7@mail.ru

Предметом статьи является современная роль гудвилла на рынке слияний и поглощений. В статье рассмотрены его основные характеристики и изменения после пандемии COVID-19 в 2020 г. Целью работы является выявление дальнейших траекторий развития данного мирового рынка. Результаты исследования могут быть применены при оценке потенциальных сделок объединения бизнесов. Выводом названы выявленные тенденции «оживления» рынка и восстановления ценности гудвилла как инвестиционного вложения.

Ключевые слова: гудвилл, обесценение гудвилла, МСФО (IFRS) 3, объединения бизнесов, рынок слияний и поглощений.

В соответствии с МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнесов», объединение отдельных организаций в единую отчитывающуюся организацию является объединением бизнесов. Вследствие чего предприятие получает контроль над приобретаемыми организациями и

образует добавленную стоимость (гудвилл) [3]. Основными целями таких сделок являются достижение синергического эффекта и реализация новых стратегий [4].

Гудвилл – это актив, представляющий собой будущие экономические выгоды, являющиеся результатом других активов, приобретенных при объединении бизнесов, которые не идентифицируются и не признаются отдельно [1]. К гудвиллу можно отнести бренд, клиентскую базу и потенциал для будущей прибыли и др.

Рассмотрим ситуацию объединения бизнесов на мировом рынке за последние годы. С 2018 г. объем всех сделок в млрд.долл. падал и достиг минимума в 2020 г. Адаптация к условиям пандемии и новым реалиям на рынке дала большой скачок на 14,4% в 2021 г. по сравнению с предыдущим, как по объему сделок в млрд.долл., так и по их количеству. В 2022 г. наблюдается закономерное уменьшение после скачка 2021 г., при этом объем сделок достиг уровня 2019 г., а количество сделок и вовсе превысило его.

Мега-сделки (сделки на сумму более 10 млрд.долл.) занимают значительную долю в общем объеме, которая продолжительно росла с 2018-2019 гг. (доля составила 38%, 56%, 65% соответственно), после падения уровня до 33% в 2020 г. произошел рост до 43% в 2022 г.

Стоит заметить, что с 2019 г. 17% от общего количества сделок по объединению бизнесов занимают потребительские услуги, вместе со сферами здравоохранения, информационных технологий, промышленности и финансов, являясь самыми крупными секторами, они занимают около 74%.

На 2020 г. в США около 30,4% компаний имели гудвилл, из них 17,1% признали обесценение, при этом доля гудвилла в активах занимала 7,3%. Всего 89 компаний из S&P500 имеют гудвилл, размер которого оценивается в 3,7 триллиона долларов.

В 2020 г. обесценение увеличилось вдвое по сравнению 2019 г. и достигло 142,5 млрд.долл., однако эта сумма меньше, чем обесценением во время кризиса в 2008 г., когда обесценение достигло 188,4 млрд.долл. При этом обесценение гудвилла достигло максимума за все время в сфере энергетики (41,7 млрд.долл.) из-за существенного падения цен на нефть. Также особенно высокое в сфере коммуникаций (27,5 млрд.долл.) и финансовом секторе (19,1 млрд.долл.).

Последствия пандемии до сих пор влияют на обесценение гудвилла. Обесценивание гудвилла говорит инвесторам о том, что объединение не идет по плану, а компаниям становится тяжелее оправдывать такое вложение. Уместно оценивать взаимосвязь «активы – потенциал –

гудвилл». Активы нужны организации для выполнения взаимосвязанных внутренних процессов, от этого зависит результативность и эффективность деятельности компании, перспективы её развития. Компания выбирает между альтернативами направления инвестирования в зависимости от потенциала, поэтому важными являются проблемы измерения эффективности принятия таких решений [5].

Крупные компании с опытом объединения бизнесов могут извлечь выгоду из текущей экономической ситуации, находя компании, нуждающиеся в капитале, имеющие растущий спрос на их платформы и технологии. На рынке ожидается построение новых моделей структуризации вследствие других приемов управления разниц цен покупки и цен чистых активов, учитывая меняющиеся ожидания от получения выгод.

В 2023 году прогнозируют увеличение активности в сфере объединения бизнесов вследствие ожидания стратегических вложений компаний с крупным капиталом в свою ключевую деятельность; восстанавливающийся инвестиционной деятельностью в объединения бизнесов; увеличения международных сделок по объединению бизнесов после их замедления после 2020 г. При этом именно сделки малой и средней стоимости (до 500 млн.долл.) будут расти из-за меньшего риска, зависимости от финансирования и регулирующих нюансов, чем у мега-сделок. К тому же, после пандемии компании-покупатели более осторожно относятся к балансу масштаба и охвата.

Таким образом, гудвилл при грамотном управлении, понимании специфических особенностей его создания приносит компании ряд преимуществ: создание дополнительной ценности, возможность получения сверхприбыли, создание благоприятных перспектив. При этом нужно помнить, что признание значительного гудвилла может восприниматься негативно и требует принятия мер по предотвращению его обесценения, в ином случае такой исход негативно скажется на имидже и руководстве компании, так как покажет неспособность компании оправдать переплату за планируемые стратегии.

Пандемия COVID-19 существенно замедлила сделки на рынке слияний и поглощений и обеспечила значительное обесценение гудвилла, что непосредственно ударило по деятельности компаний. Однако сейчас наблюдается «оживление» на рынке слияний и поглощений и ожидается восстановление стоимости гудвилла и его ценности как инвестиционного вложения в связи со следующими основными тенденциями:

1. Ростом стратегических сделок по объединению для укрепления позиций на основном рынке деятельности;
2. Увеличением межграничных сделок после восстановления международного рынка;
3. Продолжением роста доли мега-сделок в общем объеме сделок в мире.

Список литературы

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнесов»: приказ Минфина РФ от 28.12.2015 г. N 217н // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. Еприкова Т. Ю., Воеводин А. П. Репутация компании как объект учета // Перспективы развития теории и практики бухгалтерского учета в инновационной экономике: сб. научн. тр. по материалам международной научно-практической конференции / под ред. А. А. Шапошникова. – Новосибирск, НГУЭУ. 2013. С. 203-210.
3. Еприкова, Т.Ю. Международные стандарты финансовой отчетности: учебное пособие / Т. Ю. Еприкова. – Новосибирск: НГУЭУ, 2018. – 218 с.
4. Цехомский Н.В., Тихомиров Д.В. Гудвилл и окупаемость инвестиций в M&A: итоги отчетности 2010-2020 гг. (методы анализа и текущее состояние) // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2021 – №6 (132) – С. 44–53.
5. Плотников В.С., Плотникова О.В. Двойственность оценки гудвилла в финансовом учете и отчетности // Экономический анализ: теория и практика. – 2015 – № 4 (78) – С. 372–391.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ АБС-АНАЛИЗА ПРИ АНАЛИЗЕ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ

М.О. Комарова, Л.С. Корабельникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
K.Mariya.02@mail.ru

В данной статье рассматривается проблема управления дебиторской задолженностью, возникающей при расчетах с покупателями и заказчиками. В качестве инструмента решения данной проблемы

предлагается использовать методику АБС-анализа, которая позволяет определить перечень покупателей работе с которыми организация объект наблюдения должна уделить наибольшее внимание.
Ключевые слова: Расчеты, дебиторская задолженность, покупатели и заказчики, АБС-анализ.

В деятельности практически любой организации встает проблема управления дебиторской задолженностью по расчетам с покупателями и заказчиками, возникающей при несовпадении даты перехода права собственности с датой осуществления платежа. Дебиторская задолженность является одной из основных составляющих оборотных активов предприятия, и, стоит отметить, служит источником погашения кредиторской задолженности (долгов данного предприятия), так как предполагает поступление денежных средств в счет ее погашения [1].

Инструментом решения данной проблемы может выступать, например, АБС-анализ, который при анализе расчетов с покупателями и заказчиками целесообразно проводить по двум направлениям: по остатку дебиторской задолженности (позволяет акцентировать внимание на покупателях, взаимоотношения с которыми влекут временное изъятие денежных средств из оборотов компании) и объему выручки (позволяет акцентировать внимание на покупателях, приносящих наибольший доход компании) [2].

Проведем анализ дебиторской задолженности, возникшей при расчетах с покупателями и заказчиками сельскохозяйственной компании - ООО «ВИРТ». В качестве источников данных были использованы регистры бухгалтерского учета за 2022 год.

Исходя из данных компании, количество контрагентов с наличием дебиторской задолженности по состоянию на конец отчетного периода задолженности составляет 27. Далее проведем анализ по сумме задолженности для этого ранжируем покупателей, используя методику АБС – анализа. Результаты представлены в таблице 1.

Контрагенты, попавшие в категорию А в данной выборке, самые крупные дебиторы, им следует уделять особо пристальное внимание, так как от скорости возврата ими задолженности зависит финансовая устойчивость исследуемой организации.

Для комплексной оценки необходимо также осуществить ранжирование покупателей по объему выручки. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 1- Ранжирование покупателей по объему остатка дебиторской задолженности

№, п/п	Контрагент	Дебиторская задолженность, руб	Уд. вес, %	Уд. вес нарастающим итогом, %	Категория
1	ВИЦ ООО	5 055 860,00	38,44	38,44	A
2	ЗОН ООО	3 308 765,00	25,16	63,60	A
3	Соломонов ИП	1 488 675,00	11,32	74,92	A
4	Солтонское ПО	585 668,00	4,45	79,37	A
5	Агроторг ООО	330 000,00	2,51	81,88	B
…	…	…	…	…	…
8	Сатурн ООО	234 329,00	1,78	87,84	B
…	…	…	…	…	…
27	ФАРМ ООО	11 838,00	0,09	100	C

Таблица 2 - Ранжирование покупателей по объему выручки

№, п/п	Контрагент	Дебиторская задолженность, руб	Уд. вес, %	Уд. вес нарастающим итогом, %	Категория
1	ВИЦ ООО	15 929 902,00	30,97	30,97	A
2	ЗОН ООО	8 400 294,00	17,01	47,98	A
3	Сатурн ООО	8 106 717,00	16,42	64,40	A
4	ФАРМ ООО	6 531 549,00	13,23	77,62	A
5	Тимирязевский ПР	3 599 409,00	7,29	84.91	B
…	…	…	…	…	…
24	Соломонов ИП	0,00	0,00	100	C
25	Солтонское ПО	0,00	0,00	100	C
…	…	…	…	…	…

Сопоставив полученные в результате анализа данные можно сделать следующие выводы:

– ООО ВИЦ и ООО ЗОН являются самыми крупными покупателями и вместе с этим имеют максимальный остаток дебиторской задолженности, таким образом работе именно с этими покупателями нужно уделять наибольшее внимание – контролировать соблюдение ими платежной дисциплины и поддерживать объёмы продаж.

– ООО ФАРМ и ООО Сатурн по объему выручки находятся в категории А, но при этом имеют небольшую задолженность, что

свидетельствует о выполнении данными контрагентами договорных обязательств и своевременном погашении задолженности. В работе с этими дебиторами рекомендуется акцентировать внимание на поддержании объемов реализации.

– Обращают внимание такие контрагенты как ООО Солтонское и ИП Соломонов. По остатку дебиторской задолженности они попадают в категорию А и, вместе с тем, за 2022 год реализация этим покупателям не осуществлялась. Так как в исследуемая организация не заключает договоры с покупателями на условиях длительной отсрочки платежа, полученные в ходе анализа результаты сигнализируют о наличии просроченной дебиторской задолженности. Соответственно, в ООО ВИРТ необходимо принять меры по ее взысканию.

Таким образом, проведение АБС – анализа расчетов с покупателями и заказчиками позволяет выявить наиболее значимых контрагентов, определить по ним зоны риска и разработать стратегию выстраивания с ними дальнейших взаимоотношений с целью увеличения объемов продаж и сокращения величины дебиторской задолженности.

Список литературы

1. Дмитриева И. М. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для вузов, 2022. – 416 с.
2. Зонова А. В. Бухгалтерский учет и анализ: Учебное пособие, 2016. – 576 с.

СРАВНЕНИЕ ПЕРЕОЦЕНКИ И ОБЕСЦЕНЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

А.И. Кузнецова, Л.С. Корабельникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
kai2003@list.ru, l.s.korabelnikova@edu.nsuem.ru

Состояние и стоимость основных средств интересуют руководство, учредителей, инвесторов. Точная информация такого характера позволяет делать выводы о финансовом здоровье организации, принимать решения. Для достижения эффективности своей деятельности и оптимального результата экономическому субъекту необходимо правильно организовывать ведение учета основных средств. Эту способствуют переоценка и обесценение основных

средств. Наряду с этим возникает необходимость разграничения данных экономических категорий.

Ключевые слова: переоценка основных средств, обесценение основных средств, справедливая стоимость, возмещаемая стоимость, счета бухгалтерского учета, бухгалтерская отчетность.

Разграничение таких экономических категорий как переоценка, в частности уценка, и обесценение обуславливают актуальность выбранной темы. Научная новизна состоит в определении основного фактора, оказывающего влияние на дальнейшее обесценение после уценки.

Цель исследования состоит в разграничении и сравнении переоценки и обесценения основных средств в бухгалтерском учете.

Задачи исследования:

1. Определить разницу между переоценкой и обесценением основных средств с точки зрения стандартов;
2. Рассмотреть особенности бухгалтерского учета операций по переоценке и обесценению основных средств;
3. Определить необходимость проведения обесценения после уценки.

Объект исследования - сравнение переоценки и обесценения основных средств в бухгалтерском учете.

Проведенное исследование полностью соответствует поставленным целям и задачам.

ФСБУ 6/2020 определяет две модели учета основных средств после принятия объекта к бухгалтерскому учету: по первоначальной стоимости или по переоцененной стоимости [1].

В соответствии с правилами, которые установлены МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов», выбранный способ учета объектов основных средств после их принятия к бухгалтерскому учету не оказывает влияния на обязанность организации проверять активы на предмет обесценения [1].

При обнаружении того или иного признака обесценения основных средств организация обязана оценить возмещаемую стоимость, затем сравнить ее с балансовой стоимостью [3].

Если возмещаемая сумма меньше балансовой, балансовая стоимость уменьшается до возмещаемой. Это уменьшение представляет собой убыток от обесценения. Если возмещаемая сумма больше балансовой, обесценение не возникает. После признания убытка от обесценения амортизационные отчисления корректируются, чтобы распределить пересмотренную балансовую стоимость, за вычетом его

ликвидационной стоимости при его наличии, в течение оставшегося срока его полезного использования [2].

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика переоценки и обесценения активов.

Из таблицы 1 следует, что переоценка и обесценение напрямую влияют на балансовую стоимость основного средства, однако им присущ разный экономический смысл.

Таблица 1- Сравнительная характеристика переоценки и обесценения активов [4]

Критерий	Переоценка	Обесценение
Цель	Отражение реальной стоимости актива	Предупреждение о проблеме с окупаемостью, о том, что актив принесет меньше выгоды, чем изначально планировалось
База оценки	Сравнение балансовой стоимости со справедливой	Сравнение балансовой стоимости с возмещаемой
Условия реализации	Наличие существенной разницы между балансовой и справедливой стоимостями	Наличие случившейся или вероятной проблемы с окупаемостью актива
Обязанность применения	Право	Обязанность

Рассмотрев особенности бухгалтерского учета операций по переоценке и обесценению основных средств, приходим к следующим выводам:

1. Первичная дооценка, дооценка после дооценки полностью относится в состав добавочного капитала;
2. Уценка в пределах раннее проведенной дооценки относится в состав добавочного капитала;
3. Уценка сверх раннее проведенной дооценки относится в состав прочих расходов;
4. Дооценка в пределах раннее проведенной уценки относится в состав прочих доходов;

5. Дооценка сверх раннее проведенной уценки относится в состав добавочного капитала

6. Обесценение основных средств, учитываемых по первоначальной стоимости, относится в состав прочих расходов;

7. Обесценение основных средств, учитываемых по переоцененной стоимости, аналогичен с механизмом, описанным в пунктах 2-5.

Учет переоценки основных средств может оказать влияние на следующие формы бухгалтерской отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет об изменениях капитала, пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах [1, 3].

Учет обесценения основных средств может оказать влияние на следующие формы бухгалтерской отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах [3].

Дальнейшее обесценение после уценки будет зависеть от существенности затрат на выбытие:

— если затраты на выбытие несущественны, справедливая стоимость переоцененного объекта основных средств приблизительно равна справедливой стоимости за вычетом затрат на выбытие. Это означает, что независимо от ценности использования актива, дополнительно обесценение после уценки не производится;

— если затраты на выбытие существенны, справедливая стоимость переоцененного основного средства будет отличаться от справедливой стоимости за вычетом затрат на выбытие. Это означает, что наличие или отсутствие обесценения основных средств зависит от ценности использования актива.

Таким образом, несмотря на схожий характер отражения в бухгалтерском учете, между переоценкой и обесценением основных средств существует значительное отличие.

Список литературы

1. Об утверждении Федеральных стандартов бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства» и ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 17.09.2020 N 204н // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

2. О введении Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений

приказов) Министерства финансов Российской Федерации» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 28.12.2015 N 217н (ред. от 11.07.2016) // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
3. Информационная система 1С: ИТС – [Электронный ресурс]. – https://its.1c.ru/ (дата обращения: 01.05.2023).
4. Система Главбух. Версия для коммерческих организаций [Электронный ресурс]. – URL: https://www.1gl.ru/ (дата обращения: 01.05.2023).

ВОПРОС БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА NFT - НОВЫЕ ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Н.А. Мартынкина, Т.Ю. Еприкова
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
martynkina.nina@bk.ru

В 2017 году в мире появился активный рынок NFT токенов и он активно развивался в течение последних трех лет, что создало новый объект бухгалтерского учета и правооотношений, который на данный момент никак не регулируется ни российским, ни международным законодательством. На сегодняшний день существует необходимость определение правового статуса NFT и определение методологии его учета.

Ключевые слова: токен, цифровые финансовые активы, цифровой продукт, блокчейн, факт хозяйственной жизни, активы, расходы

В 2022 году объем торгов NFT на блокчейне Ethereum достиг 23 млрд. долл., против 13 млрд. долл. в 2021 году, что на 43,5 %. При этом рынок торговли NFT вырос на 500 % по сравнению с 2020 году, что говорит о стремительном росте количества транзакций и сумм сделок, которые необходимо контролировать [4].

Таким образом, возникает проблема надзора операций с данным видом цифрового актива и методологией учета. Для этого нам необходимо проанализировать его природу и постараться определить, к какому объекту бухгалтерского учета мы можем его отнести и какие важные особенности объекта выделить, чтобы внести определённые изменения в законодательство, так как на данный момент ни в одной стране мира не определена правовая основа NFT.

Объектом исследования выступает NFT (англ. non-fungible tokens). NFT - это цифровой продукт, зашифрованный приемами криптографии, который создается и реализуется на специальных цифровых платформах на основе системы блокчейн [3]. Простыми словами это строчка кода без файла. Таким файлом могут выступать: изображение, графика, аудио и видео запись, текст, фотография и т.д. При покупке NFT вы приобретаете ссылку на сервере, где хранится NFT, но не право распоряжаться и пользоваться файлом.

Также стоит отметить две важные особенности данного объекта - это уникальность и невазимозаменяемость. Уникальность - это неповторимость созданного объекта и невозможность заменить их на похожий или создать похожий. Неавзаимозамемость означает, что мы можем вести с их помощью учет прав на конкрентые объекты.

В общенаучной среде существует два взгляда на определение сущности NFT в бухгалтерском учете. Первый взгляд основан на том, что NFT - это произведение науки, искусства и литературы (в зависимости от их вида). Так как данный цифровой продукт является самостоятельным результатом творческого труда автора. Стоит заметить, что при создании NFT токена остро стоит вопрос подтверждения авторства.

Но большинство исследователей данной темы сходятся во мнении, что NFT стоит рассматривать как электронную регистрация права собственности на объект.

В таком случае, NFT можно идентифицировать как право на объект интеллектуальной собственности и другое имущество.

В нашем исследовании мы склонялись к тезису, указанному выше и использовали данное определения для классификации NFT токена как объекта бухгалтерского учета.

Сложность отнесения данного объекта к активам состоит в том, что согласно концептуальным основам МСФО не соблюдается условие надёжной оценки стоимости актива в виду уникальности и большого разнообразия NFT токенов.

Также мы не можем отнести NFT и к факту хозяйственной жизни, так как факт хозяйственной жизни - это сделка, событие или операция, то есть какой-то процесс, а не объект, как в случае с NFT [1].

Для отнесения NFT к расходам, согласно ПБУ 10/99, необходимо юридическое обоснование, то есть наличие договора, требований нормативных актов или обычаев делового оборота, но ничего из перечисленного в отношении данного объекта нет [2].

При проведении исследования, мы пришли к выводу, что на данный момент есть только частичная или полная невозможность отнесения

данного цифрового продукта к конкретному виду объектов бухгалтерского учета. Однако, мы можем предложить некоторые варианты учета, которые раскрыты в федеральных стандартах, например, учитывать NFT можно как: активы, прочие расходы, факты хозяйственной жизни.

Результаты нашего исследования могут послужить основой для принятие решений в отношении учета NFT токенов, а также могут быть использованы при дополнении проекта федерального закона «О финансовых активах» и разработки общей методологии учета данного рода цифровых продуктов, так как риск отмывания денег через данный объект очень высок, а также при внесении правок в законодательство при определении правового статуса NFT.

На данный момент в России существует проект федерального закона «О цифровых финансовых активах» и цифровые финансовые активы определены в проекте, как «имущество в электронной форме, созданное с использованием шифровальных (криптографических) средств» [5]. Такми образом, в перечень цифровых финансовых активов в будущем попадут и такого вида токены. То есть уже в ближайшем будущем NFT получит правовой статус.

Подводя итог, мы можем сказать, что на данный момент ни в российской, ни в зарубежной практике NFT не обладает закрепленным правовым статусом. Однако, стоит отметить, что в России активно разрабатывается правовая база для таких оъектов.

Большое количество особенностей NFT делает его сложным для идентификации в области бухгалтерского учета.

Таким образом, требуется разработка отдельной методологии учета таких специфичных цифровых продуктов и создание на их основе федерального стандарта.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ – Доступа из СПС «КонсультантПлюс».
2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 [Электронный ресурс]: утв. Приказом Минфина России от 06.05.1999 № 33н – Доступ из СПС «КонсультантПлюс»
3. Ванцовская, А. А. Цифровое искусство на блокчейне и NFT-рынок [Электронный ресурс] // StudNet. – 2021. – Т. 4, № 7 – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoe-iskusstvo-na-blokcheyne-i-nft-rynok.

4. Отчет Binance Research | январь — июнь 2022 [Электронный ресурс]URL:http://flashka.net/news/otchet_binance_research_i_yanvar_iyun_2022/?ysclid=lhhibbqiax928360013#25.
5. Проект Федерального закона «О цифровых финансовых активах» [Электронный ресурс] URL: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=121810-proekt_federalnogo_zakona_o_tsifrovykh_finansovykh_aktivakh&ysclid=lhin7dvkcd706840467

ESG-АНАЛИЗ АПК РЕГИОНОВ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ВЫЗОВОВ И ГЛОБАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Д.А. Медведский, О.Н. Мороз
Сибирский университет потребительской кооперации
ksenijasib@mail.ru

Процесс развития современной экономики АПК России проходит в кардинально новых условиях, когда предпринимателям необходимо переосмыслить методы ведения бизнеса, что предполагает необходимость внедрения механизма обеспечения устойчивого развития – ESG-рейтинга, объединяющего в себе экологические, социальные и управленческие элементы. В статье проанализированы процессы внедрения ESG-рейтинга в АПК в условиях вызовов и глобальных изменений, определены перспективы внедрения рейтинга-ESG.
Ключевые слова: комплекс, регион, агросектор, ESG-анализ, рейтинг, концепция, глобальные изменения, вызовы, устойчивое развитие.

Научная проблема. В новых экономических реалиях актуальным вызовом для АПК России является необходимость устойчивого развития. Происходит серьезная реструктуризация социальных и климатический событий, заставляющие представителей общества обращать внимание на экологические и социальные аспекты сельскохозяйственной деятельности и предъявлять соответствующие требования. Новый тренд на ответственность и экологичность повлиял и на отраслевую специфику деятельности АПК России.

Объект исследования – концепция ESG-анализа с учетом отраслевой специфики АПК России.

Концепция ESG-анализа означает систему ключевых показателей, по которым оценивается отраслевая специфика АПК, а именно – «экологическая, социальная и политика управления». С позиции стратегии экономического субъекта – это устойчивое корпоративное развитие с учетом ответственного отношения к бизнес-среде, высокая социальная ответственность, высокое качество управления [1].

Область применения. Вопросы применения концепции ESG-анализа для предприятий АПК имеет особое значение в силу двойственного характера их деятельности. Это выражается, прежде всего, в том, что деятельность сельскохозяйственных производителей является крупнейшим очагом выброса парниковых газов в атмосферу, а сам АПК – крупнейшим потребителем ресурсов природного значения, без которых его функционирование просто невозможно. Второй момент заключается в том, что только предприятия АПК снабжают население продовольствием, а также способствуют развитию сельских территорий. На этом фоне для агропромышленного сектора важно искать различные источники финансирования для полноценной реализации экологических и социальных проектов.

Новизна результатов исследования. Необходимость эффективного энергетического перехода и внедрения комплекса мер, направленных на сокращение выбросов парниковых газов. Это является инновационным подходом в силу того, что предприятия агробизнеса занимают особое место в реализации концепции рейтинга-ESG, указывающий на необходимость тотальной перестройки экономики АПК. К примеру, особенно необходимо в нынешних условиях производство новых и более качественных кормов, используемых на фермах. Требуется существенная разработка экологически чистых кормовых добавок, активная переработка отходов животноводства с целью снижения выбросов вредных веществ в атмосферу, а также глобальная перестройка стратегий управления предприятиями АПК. О реализации вышеперечисленных задач не может быть и речи без увязки ключевых показателей эффективности деятельности АПК предприятий с целевой ориентированностью концепции ESG.

В новых экономических условиях в агропромышленном секторе России наблюдается растущая тенденция к ответственности и экологичности, поэтому подход ESG-анализа становится неотъемлемой частью успешного ведения агробизнеса. Сущность методологии ESG (Environmental, Social, Governance) заключается в установлении первостепенных показателей эффективности деятельности агробизнеса, учитывающих экологические, социальные и управленческие факторы,

которые в синтезе смогут определить уровень устойчивости агробизнеса сельской территории [2, 3].

Достигнутый уровень процесса исследования. ESG-рейтинг АПК России по регионам, оценивающий состояние аграрного сектора по критериям устойчивого развития, представлен в таблице 1. Результаты данного исследования позволяют прогнозировать не только социальное и экологическое развитие регионов, но и анализировать зоны развития агросектора в каждом регионе страны с помощью ESG-мониторинга.

Регионы-лидеры России рейтинга-ESG с наивысшими оценками стали Республика Адыгея (9,41), Калининградская (8,89) и Тульская области (8,87). По экологическому аспекту список возглавили Калининградская область (5,51), Пермский край (5,34), а также Санкт-Петербург (5,27). По показателю социального развития лидируют Москва (2,32), Республика Адыгея (2,22) и Санкт-Петербург (1,88). Высокие рейтинги по показателю госуправления в АПК наблюдаются у тройки лидеров: Санкт-Петербурга (2,67), Москвы (2,50) и Республики Адыгея (2,07).

Таблица 1 – Скоринговый анализ ESG-рейтинга АПК РФ на 2022 г., балл

Регионы-лидеры ESG-рейтинга	Экологический фактор	Социальный фактор	Фактор госуправления	Итого
Республика Адыгея	5,12	2,22	2,07	9,41
Калининградская область	5,51	1,87	1,51	8,89
Тульская область	5,19	1,79	1,89	8,87
Санкт-Петербург	5,27	1,88	2,67	8,82
Пермский край	5,34	1,53	1,84	8,71
Москва	4,79	2,32	2,50	9,61
Карачаево-Черкесская Республика	4,64	1,88	2,02	8,54
Республика Татарстан	4,94	1,71	1,85	8,5
Ярославская область	4,86	1,86	1,73	8,45
Самарская область	4,76	1,76	1,91	8,43

Вывод и обоснование. Анализ данных таблицы 1 демонстрирует необходимость внедрения критериев устойчивого развития в АПК России. Это одно из ключевых условий эффективной трансформации сельскохозяйственных регионов для ведения агробизнеса.

Целенаправленная трансформация АПК России крепко связана с приоритетным внедрением концепции ESG-рейтинга в части продвижения «зеленого», «климатически ориентированного» сельского хозяйства, создание «Экосистемы». В этом контексте решающее значение имеет способность и готовность агросектора России противостоять глобальным изменениям и вызовам нового времени. Внедрение ESG-анализа в экономическую деятельность АПК сгенерирует потенциальные возможности для устойчивого роста и развития отраслевой специфики.

Список литературы

1. ESG-рейтинг АПК в регионах России. Россельхозбанк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rshb.ru/news/531734/.
2. ESG-трансформация в сельском хозяйстве и АПК // Деловая Россия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://deloros-msk.ru/news/esg-transformatsiya-v-selskom-khozyaystve-i-apk/.
3. ESG-трансформация – будущее российской аграрной отрасли // Агроэкспорт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dzen.ru/media/aemcx/esgtransformaciia-buduscee-rossiiskoi-agrarnoi-otrasli-6161791a0c4ddd7b4dfbfbc2.

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ АУДИТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В РОССИИ

И.В. Неверова, О.В. Плотникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
irinka-vitalevna260498@mail.ru

Рассматриваются теоретические подходы к управлению производительностью труда, исследуются факторы, влияющие на производительность труда в компаниях. Особое внимание уделено

аудиту, направленному на показатели эффективности работы. Раскрыт процесс проведения аудита производительности труда.
Ключевые слова: аудит, производительность труда, национальный проект, эффективность труда

В настоящее время Россия находится на пути модернизации своей экономики. Одним из ключевых направлений является повышение производительности труда. Производительность труда – это один из наиболее сводных показателей, который характеризует эффективность общественного производства, уровень развития производительных сил, степень использования трудового потенциала.

Показатели производительности труда в России на протяжении многих лет остаются довольно низкими. Россия занимает 43 место в рейтинге стран по производительности труда. Одной из главных причин низкой производительности труда в России является отставание в технологиях и инфраструктуре. Большинство российских предприятий не имеют современного оборудования и не используют современные технологии. Кроме того, в России низкий уровень квалификации трудовых ресурсов и недостаточное внимание к обучению и развитию персонала. Президент РФ поручил Правительству совместно с органами государственной власти субъектов Российской Федерации обеспечить рост производительности труда на средних и крупных предприятиях базовых не сырьевых отраслей экономики не ниже 5% к 2024 году. Об этом говорится в Указе президента «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [1]. Однако для достижения этой цели необходимо узнать, какую производительность труда демонстрируют сотрудники предприятий и организаций. Существует несколько теоретических подходов к управлению производительностью труда, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Один из таких подходов – это управление по результатам, которое ориентировано на достижение конкретных целей и показателей. Оно базируется на системе KPI, которые отражают основные направления деятельности компании и позволяют оценить ее успехи. Другой подход – это управление по процессам, которое ориентировано на оптимизацию бизнес-процессов и улучшение качества продукции. Оно включает в себя анализ и оптимизацию всех этапов производственного процесса, начиная от закупки сырья и заканчивая доставкой готовой продукции клиенту. Третий подход – это управление по людям, которое ориентировано на развитие и мотивацию персонала. Оно включает в себя оценку производительности каждого сотрудника, поощрение

лучших результатов и обучение слабых мест. В России ключевыми факторами, детерминирующими производительность труда, являются качество образования и профессиональной подготовки работников, уровень оплаты труда, наличие современного оборудования и технологий, а также уровень управленческой компетенции. Современные практики управления производительностью труда включают в себя использование цифровых технологий, автоматизацию производственных процессов, внедрение системы KPI и обучение персонала новым методам работы.

В связи с этим возникает необходимость проведения аудита производительности труда – это систематический процесс оценки эффективности использования труда на предприятиях и организациях. Основная цель аудита – определить, какую производительность труда демонстрируют сотрудники и какие факторы влияют на ее уровень. Аудит производительности труда в России является актуальной темой в настоящее время. Это связано с тем, что повышение эффективности труда является одним из ключевых факторов развития экономики страны.

Сотрудники российских предприятий и организаций не используют свой труд эффективно. Для решения этой проблемы необходимо проведение аудита производительности труда на предприятиях и организациях. Процесс проведения аудита производительности труда начинается с определения целей и задач, которые должны быть достигнуты. Затем проводится анализ деятельности компании и ее сотрудников, оцениваются показатели эффективности и определяются проблемные зоны. Для этого используется ряд методов, таких как анкетирование, интервьюирование, анализ документов и т.д. После этого разрабатывается план действий по улучшению производительности труда, который может включать в себя обучение персонала новым методам работы, модернизацию оборудования, оптимизацию бизнес-процессов и другие меры. При аудите следует проверять не только сам показатель производительности труда, но и его компоненты, такие как выручка персонал. Выручка позволяет оценить доходы компании, а персонал позволяет оценить эффективность использования трудовых ресурсов. Вместе с показателем производительности труда они образуют комплексный индекс эффективности производства.

Принято сравнивать показатель производительности труда с темпом роста заработной платы, чтобы определить его рост или падение. Если производительность труда растет быстрее, чем заработная плата, это может говорить о том, что компания эффективно использует свои

ресурсы и увеличивает свою прибыльность. Если же заработная плата растет быстрее, это может говорить о том, что компания не эффективно расходует свои ресурсы и может столкнуться с проблемами в будущем. Поэтому, производительность труда – это показатель, который необходимо постоянно отслеживать и анализировать, чтобы повышать эффективность производства и достигать лучших результатов.

Аудит производительности труда – это необходимый инструмент для повышения эффективности использования труда на предприятиях и организациях. Новизна данного подхода заключается в том, что ранее в России не уделялось достаточного внимания аудиту производительности труда. Однако сегодня все больше компаний осознают необходимость оценки эффективности работы своих сотрудников и применения мер для ее улучшения. Потребность в аудите производительности труда обусловлена не только экономическими, но и социальными факторами. Улучшение производительности труда позволяет повысить уровень жизни населения, создать новые рабочие места, укрепить конкурентоспособность компаний на мировом рынке.

Одним из основных выводов, которые можно сделать по результатам аудита производительности труда в России, является необходимость улучшения системы образования и повышения квалификации работников. Также важно развивать инфраструктуру и модернизировать производственные процессы.

В целом, аудит производительности труда является неотъемлемой частью управления любой компании. Он позволяет выявить проблемы и недостатки в работе сотрудников и разработать меры для их устранения. В России данный подход только начинает развиваться, но уже сегодня он является важным инструментом для повышения эффективности труда и развития экономики страны. В ходе аудита производительности труда необходимо оценить эффективность использования ресурсов, включая трудовые ресурсы, оборудование, материалы и технологии. Повышение производительности труда в России является ключевым фактором для улучшения экономического роста и улучшения жизненного уровня населения.

Список литературы

1. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года: Указ Президента РФ 4. от 7 мая 2018 г. № 204. – URL: http://kremlin.ru/events/president/news/57425 (дата обращения: 30.04.2022).

2. Зарипов Р.Х. Повышение производительности труда / Р.Х. Зарипов, Е.В. Мартынов, Г.Ч. Ахмадеева // Метод. указания: Казань, 2014. – 66 с.
3. Повышение производительности труда // Рекомендации для предприятий машиностроения и нефтехимии Республики Татарстан. – Электрон. текстовые дан. – URL: http://ppt.tatarstan.ru/ (дата обращения: 21.05.2022).
4. Паспорт национального проекта «Производительность труда и поддержка занятости» // Правительство России. – URL: http://government.ru/info/35567/ (дата обращения: 30.04.2022).

АНАЛИЗ ПРЯМЫХ И КОСВЕННЫХ ЗАТРАТ В СОСТАВЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ (РАБОТ, УСЛУГ)

С.В. Осипова, Л.С. Корабельникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
sova.osipova@yandex.ru

В статье изложены основные проблемы организации учета прямых и косвенных затрат и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг). Проведен анализ прямых и косвенных затрат на примере финансово-хозяйственной деятельности организации, оказывающей услуги в сфере физического воспитания и спорта, а также рассмотрены возможные методы распределения косвенных затрат, что необходимо для формирования конкурентной цены и принятия оптимальных управленческих решений.
Ключевые слова: прямые и косвенные затраты, себестоимость, бухгалтерский финансовый и управленческий учет.

В процессе осуществления предпринимательской деятельности у организации возникают две категории затрат - прямые и косвенные. Они оказывают разное влияние на себестоимость выпускаемой продукции или оказываемых услуг. В свою очередь, себестоимость нужно правильно рассчитать, чтобы сформировать цену, при которой бизнес не будет убыточным.

Согласно инструкции по применению плана счетов, утвержденной приказом Минфина России от 31.10.2000 № 94, к прямым относятся затраты, непосредственно связанные с процессом производства продукции (работ, услуг). Они напрямую включаются в структуру

себестоимости в соответствии с первичными документами учета. Среди затрат данной категории можно выделить заработную плату производственного персонала, предусмотренные законодательством отчисления на социальные нужды, затраты на сырье и материалы, амортизацию основных средств. Косвенные затраты, которые организация несет в связи с одновременным производством нескольких видов продукции (работ, услуг), включаются в себестоимость каждого из них расчетным путем в соответствии с выбранной организацией методикой и базой распределения. В первую очередь, это расходы общепроизводственного и общехозяйственного содержания, а также коммерческие расходы и расходы на подготовку и освоение производства. Здесь важно отметить, что согласного вступившему в 2021 году новому федеральному стандарту бухгалтерского учета ФСБУ 5 «Запасы» все затраты, собранные на счете 26 «Общехозяйственные расходы», в бухгалтерском финансовом учете должны списываться в текущем периоде сразу на финансовый результат. Таким образом, списание управленческих затрат проводкой Дт 20 – Кт 26 в большинстве случаев будет неправомерно. К исключению в бухгалтерском финансовом учете можно отнести ситуацию, когда такие затраты непосредственно связаны с созданием (приобретением) запасов. Например, если руководитель организации лично поехал в командировку для закупки материалов, тогда командировочные расходы можно отнести на себестоимость этих материалов. Это означает, что затраты, учитываемые на счете 26, в расчет полной себестоимости не входят, что затрудняет установить справедливую и конкурентную цену за оказанные услуги или проведенные работы [1].

Однако бухгалтерский управленческий учет не отменяет проводку Дт 20 – Кт 26, что дает возможность точно определить полную себестоимость продукции, распределив косвенные управленческие затраты по видам продукции в дебет счета 20. Важным моментом при распределении косвенных затрат является выбор базы их распределения – показателя, пропорционально которому они включаются в состав себестоимости. Так, базой распределения могут быть: объем продаж (если предприятие выпускает широкий ассортимент продукции), прямые затраты (этот метод целесообразно использовать при изготовлении однородной продукции), зарплата производственного персонала (данный метод можно использовать в случае, если наибольший объем прямых затрат – это зарплата основных производственных рабочих), а также стоимость материалов, машино-часы, размер производственных площадей и т.д. [2].

Рассмотрим распределение косвенных затрат на примере деятельности организации, оказывающей услуги в сфере физического воспитания и спорта. Ниже в таблице 1 прямые затраты исследуемой организации сгруппированы по экономическим элементам с учетом видов оказываемых услуг за 2022 г.

Таблица 1 – Группировка затрат ООО «ХХХ» по экономическим элементам согласно видам предоставляемых услуг за 2022 г.

Элементы затрат	Сумма затрат, тыс. руб.
Бассейн большой	
Затраты на оплату труда	7 369
Отчисления на социальные нужды	1 418
Материальные затраты	1 153
Амортизация	236
Прочее	2 044
Итого прямых затрат по бассейну большой	12 220
Детский бассейн	
Затраты на оплату труда	2 423
Отчисления на социальные нужды	496
Материальные затраты	78
Амортизация	38
Прочее	121
Итого прямых затрат по детскому бассейну	3 156
Спортивные залы и помещения	
Материальные затраты	146
Прочее	67
Итого прямых затрат по спортивным залам и помещениям	213
Итого прямых затрат по организации в целом	15 589

Косвенные затраты исследуемой организации в размере 32 560 тыс. руб. аккумулируются на счете 26 и списываются сразу на финансовый результат. При этом следует заметить, что косвенные затраты больше, чем в два раза превышают прямые. Этот факт свидетельствует о целесообразности распределения косвенных затрат с целью

достоверного расчета полной себестоимости оказываемых услуг. В качестве базы распределения рационально будет выбрать материальные затраты, так как данные затраты организация несет при оказании всех видов услуг. Далее, чтобы определить сколько косвенных затрат приходится на один вид предоставляемых услуг, необходимо всю сумму косвенных затрат разделить на итоговое значение материальных затрат, а затем умножить на материальные затраты, приходящиеся на тот или иной вид оказываемых организацией услуг. Таким образом, косвенные затраты, относящиеся к бассейну большой составят 27 263, детскому бассейну – 1 845, спортивным залам и помещениям – 3 452.

Итак, данный расчет, дает возможность более точно определить полную себестоимость каждого вида предоставляемых услуг, что позволяет организации при формировании цен на свои услуги ориентироваться не только на анализ рынка и стоимость тех же услуг у конкурентов, но и на сумму затрат (как прямых, так и косвенных), которые компания несет при осуществлении своей деятельности.

Список литературы

1. Ал-Нашар Рагда Абдалла. Анализ прямых и косвенных затрат в себестоимости продукции // Вестник науки и образования. –2021. – №12-1 (115).
2. Пугачева Т.Е. Выбор оптимальной базы распределения косвенных затрат // Экономика и социум. – 2014. – №2-5 (11).

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ПРОДАЖ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЕКТОРОВ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Е.И. Руппель, Л.С. Корабельникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НГУЭУ»
elena.ruppel1412@gmail.com

Анализ продаж играет существенную роль при общем анализе основной деятельности предприятия. Он помогает определить, какие виды продукции, работ или услуг являются самыми финансово выгодными, а от каких следует отказаться для повышения рентабельности продаж. Для принятия таких решений целесообразно подробно изучить структуру продаж.

Ключевые слова: анализ продаж, структура продаж, услуги, рентабельность.

Для того, чтобы представители управленческой структуры любой компании четко понимали текущее состояния бизнеса в части эффективности его деятельности, необходимо проводить анализ продаж касаясь не только общего объема продаж, но и рассматривая их структуру. Необходимость этого вызвана потребностью понимания как та или иная группа реализуемых товаров, работ или услуг влияет на конечный финансовый результат [3]. Это в свою очередь необходимо для того, чтобы организация могла сделать обоснованный выбор относительного того, как развивать то или иное направление деятельности [5].

На примере АО «XXX» проведем анализ продаж по их структуре.

Всего данная It-компания реализует группы услуг двух видов (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Структура продаж АО «XXX» за 2022 г.

Как видно из диаграммы, подавляющую долю в структуре реализованных групп услуг занимает непосредственно разработка и адаптация продукта, а консультационные услуги занимают совсем небольшую в свою очередь долю. Подробный расчет рассмотрим в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ структуры продаж по группам реализованных услуг

Показатели	Выручка, тыс. руб	Доля в выручке, %	Себестоимость, тыс. руб	Прибыль, тыс. руб
Разработка и адаптация продукта	59149	99,69	41878	17271
Консультационные услуги	216	0,31	0	216
Итого	59335	100	41878	17487

Исходя из полученных данных у руководства компании может возникнуть вопрос о целесообразности оказания второй группы услуг клиентам, если ее доля в выручке менее 1%.

Прежде чем ответить на данный вопрос необходимо поговорить о рентабельности продаж, т.к. именно этот показатель отражает сколько прибыли получает бизнес с каждого рубля выручки [1]. Обратимся к таблице 2.

Таблица 2 – Анализ рентабельности и маржинальности продаж

Показатели	Выручка, тыс. руб	Себестоимость, тыс. руб	Прибыль, тыс. руб	Рентабельность продаж, %
Разработка и адаптация продукта	59149	41878	17271	29,2
Консультационные услуги	216	0	216	100
Итого	59335	41878	17487	-

Проанализировав данные, можно увидеть, что рентабельность второй группы услуг составляет 100%. Это, несомненно, хорошо, но такой показатель получен по причине нулевой себестоимости консультационных услуг у данной организации. Все дело в том, что данный вид услуг оказывается клиентам по их желанию, потребности разобраться в новом для них продукте - что это значит?

На практике данная организация разрабатывает и внедряет программный продукт, у которого несомненно есть себестоимость, а вот консультационные услуги оказываются непосредственно напрямую к тому продукту, который был внедрен каждому отдельному клиенту и

они в свою очередь не требуют дополнительных затрат, например подключения еще одного специалиста компании для их оказания – услуга оказывается теми сотрудниками, кто разрабатывал и внедрял продукт, а соответственно выручка от таких услуг = прибыль для бизнеса без понесенных расходов.

Также важно понимать, что, перестав оказывать группу услуг второго вида – консультационных, данная компания рискует потерять и часть оборота от оказания услуг по разработке. Это связанно с тем, что далеко не все клиенты готовы «разбираться» в приобретенном продукте самостоятельно, им необходима консультация и сопровождение на этапах освоения продукта.

Таким образом, хочется отметить стратегическую необходимость проведения анализа продаж в разрезе структуры. На примере мы убедились, что несмотря на то, что одна из групп услуг, оказываемых данной компанией, приносит лишь 0,31% выручки, оказание услуг данного вида крайне важно для сохранения и повышения уровня рентабельности продаж, объема продаж в целом по организации и лояльности клиентской базы.

Список литературы

1. Ахмадиева З.Р. Прибыль как экономическая категория // Вестник науки и образования. 2019. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pribyl-kak-ekonomicheskaya-kategoriya-1/viewer (дата обращения: 04.05.2023 г.)
2. Пашкова Н. Р. Управление отделом продаж: построение, мотивация и контроль // Вестник Академии знаний. 2022. №3 (50). С. 51-63.
3. Поляков С. В. Управление продажами в кризис: стратегия и инструменты // Общество: политика, экономика, право. 2022. №4 (105). С. 58-64.
4. Рожков М. С. Анализ статистики продаж // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №8. С. 111-122.
5. Назаров А. И. Управление продажами. Методика повышения эффективности системы продаж в компании // Управленческие науки. 2021. №4. С. 99-115.

АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПРИ РАСЧЕТАХ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

Е.А. Санарова, Л.С. Корабельникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
sanarovaekaterina@gmail.com

Состояние дебиторской и кредиторской задолженности в целом, расчеты с подрядчиками, поставщиками в частности, не только характеризуют деятельность организации, но и влияют на её финансовое положение и принимаемые управленческие решения. В исследовании рассмотрена методика анализа расчетов с поставщиками и подрядчиками, осуществлен анализ дебиторской и кредиторской задолженности, возникающей по расчетам с подрядчиками, поставщиками, на примере предприятия горнодобывающей отрасли.

Ключевые слова: анализ, подрядчик, поставщик, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность.

Регулярный кругооборот хозяйственных средств способствует постоянному возникновению различных расчётов. Состояние расчетов влияет не только на платежеспособность организации, но и на финансовое состояние в целом.

Предприятия, поставляющие товары, оказывающие услуги или выполняющие работу, именуются подрядчиками, поставщиками [1].

В исследованиях ученых-экономистов, направленных на изучение анализа расчетов с подрядчиками и поставщиками, не осуществляется рассмотрение конкретной методики проведения анализа. Из этого следует, что существует проблема отсутствия методики анализа расчетов с подрядчиками, поставщиками.

Цель данной работы: разработка методики анализа расчетов с подрядчиками и поставщиками, построенной на анализе дебиторской и кредиторской задолженности, с апробацией на примере предприятия горнодобывающей отрасли.

Анализ расчетов с подрядчиками, поставщиками проводится на основании рассмотрения, следующих трех этапов:

1) Анализ структуры и динамики дебиторской, кредиторской задолженности (Рисунок 1,2). Этот этап позволяет оценить сбалансированность показателей, т.к. они часто зависят друг от друга.

Проанализировав рисунок 1, можно сделать вывод, что дебиторская задолженность в отчетном периоде увеличилась в 2,2 раза. Увеличение дебиторской задолженности сопряжена с вероятностью невозврата долгов. В данной ситуации возникает необходимость в совершенствовании работы с дебиторами со стороны компании [3].

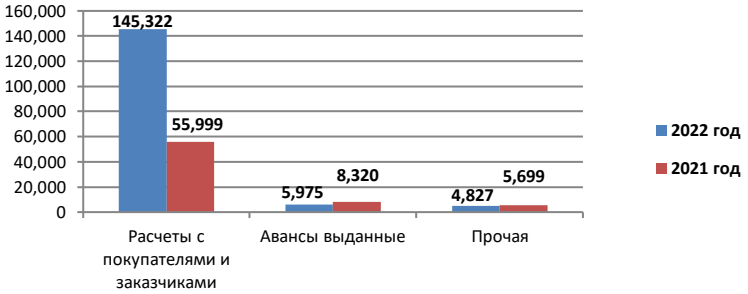


Рисунок 1 – Анализ динамики и структуры дебиторской задолженности за 2021–2022 гг., тыс. руб.

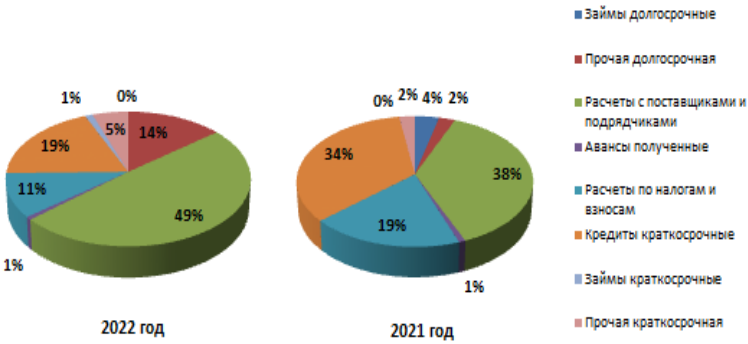


Рисунок 2 – Анализ динамики и структуры кредиторской задолженности за 2021–2022 гг., тыс. руб.

Из рисунка 2 видно, в 2022 г. возник резкий рост кредиторской задолженности на 94%, поскольку увеличилась на 77,4 млн. руб. задолженность перед подрядчиками, поставщиками.

Анализ структуры и динамики дебиторской, кредиторской задолженности иллюстрирует проблемы достаточного денежного оборота, а также платежеспособности компании [2].

2) Анализ оборачиваемости расчетов с подрядчиками, поставщиками (Рисунок 3).

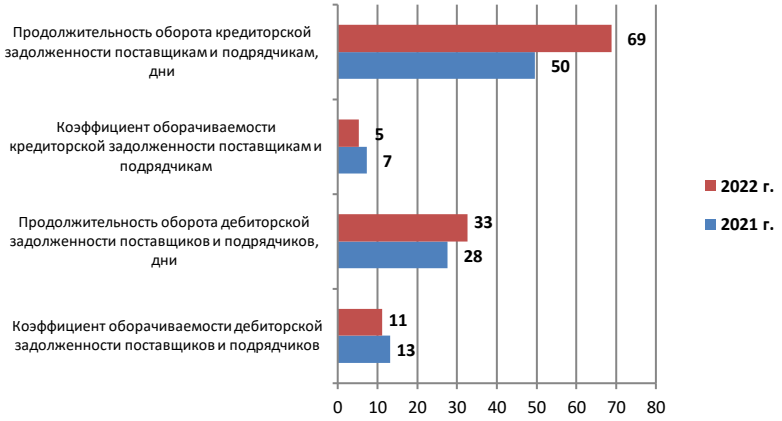


Рисунок 3 – Анализ оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности предприятия за 2021 – 2022 гг.

Изучение оборачиваемости свидетельствует об эффективности осуществляемых расчетов с контрагентами. Рисунок 3 иллюстрирует, что коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности снизился на 2, а продолжительность оборота увеличилась на 5 дней - это свидетельствует об увеличении неплатежеспособных покупателях и проблемах сбыта. Если посмотреть задолженность кредиторскую, то ее коэффициент оборачиваемости снизился на 2, поэтому произошло увеличение оборота на 19 дней.

Определение времени и скорости оборачиваемости задолженности является главной целью анализа оборачиваемости расчетов с подрядчиками, поставщиками [4].

3) Анализ расчетов с подрядчиками, поставщиками по срокам образования. Основной задачей этого этапа является определение просроченной задолженности, а также доли этой задолженности в общей сумме задолженности. Своевременный анализ позволяет оперативно принять управленческие решения для улучшения расчетов.

В дальнейшем, анализируя расчеты с подрядчиками, поставщиками, рекомендуется применение методики АВС-анализа, которая позволяет выделить группу приоритетных поставщиков, работе с которыми компания должна уделять наибольшее внимание.

В заключении можно отметить, что учет расчетов с подрядчиками, поставщиками более изучен, чем анализ данного участка учета. Это связано с тем, что большое внимание уделяется анализу кредиторской, дебиторской задолженности в целом. Вместе с тем анализ дебиторской и кредиторской задолженности, возникающей непосредственно при расчетах с поставщиками и подрядчиками, способствует более эффективному выбору контрагентов, совершенствованию платежной дисциплины и качественному улучшению финансовой стабильности предприятия.

Список литературы

1. Алисенов А. С., Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2022. – 471 с.
2. Андриянова М.В., Буйвис Т.А. Совершенствование системы учета и управления дебиторской и кредиторской задолженностей // Научные исследования: теория, методика и практика: сборник материалов IV Международной научно- практической конференции. – 2018. – С. 303–305.
3. Бондина Н.Н., Бондин И.А., Павлова И.В., Лаврина О.В. Дебиторская задолженность: организация учета и контроль расчетов с контрагентами // Московский экономический журнал. – 2021. – №2.
4. Донцова Л. В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: учебник. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дело и сервис, 2019. – С. 42.

РОЛЬ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В УПРАВЛЕНИИИ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ

Я.О. Тиличкина, С.А. Песляк
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
tilichkina2002@mail.ru,

Для эффективной и непрерывной работы хозяйствующим субъектам необходимо сформировать качественную систему управления, которая будет обеспечивать устойчивость в постоянно меняющихся условиях. Принятие оперативных и результативных решений на каждом этапе управления осуществляется посредством системы внутреннего контроля. Целью исследования является рассмотрение

основных аспектов системы внутреннего контроля и рисков, а также выявление роли СВК в управлении финансовыми рисками. В качестве объекта исследования выступает система внутреннего контроля. Рассмотрение данного вопроса является актуальным, ведь от степени эффективности работы хозяйствующих субъектов, их финансовой устойчивости зависит экономическое благополучие всей страны.
Ключевые слова: система внутреннего контроля,финансовый риск, минимизация рисков, оценка рисков, внутренний контроль

Система внутреннего контроля представляет собой совокупность органов, процедур и процессов, призванных с помощью реализации поставленных целей и сформированных задач обеспечивать эффективность работы организации. Целью данной системы выступает формирование обратной связи, с помощью которой у руководства собирается полная и необходимая информация о важных показателях компании. Так, руководящие органы осведомляются, например, о степени и качестве исполнения распоряжений, приказов, о реальном состоянии организации и в целом о результатах и перспективах ее деятельности. Регламентируется необходимость создания данной системы статьей 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ [1].

В основе системы внутреннего контроля лежат пять взаимосвязанных и взаимодополняющих компонентов: контрольная среда, контрольные процедуры, информация и коммуникация, мониторинг. Также одним из важнейших элементов является оценка риска – процесс, где определяется вероятность наступления неблагоприятных событий, которые могут повлиять на работоспособность организации и развитие в будущем [4].

Перед тем, как оценивать риск, необходимо получить в наиболее полном объеме предварительные данные как о бизнес-процессах хозяйствующего субъекта и сферы его деятельности, так и о рисках, последствиях от них.

Риск – это неопределенность исхода событий, влекущая за собой отрицательный или положительный результат. Чаще всего организации сталкиваются с финансовыми рисками, означающими вероятность денежных потерь в следствии убытка прибыли, капитала, резервов, активов, снижение покупательской способности денег и других причин, порождающих финансовые материальные потери и ущербы. Финансовые риски возникают по целому ряду причин, но в большинстве случаев они являются следствием кризисов, нестабильной экономической и политической обстановки.

Управление рисками осуществляется посредством совокупности элементов, которые направлены на разные виды и уровни рисков. Так, выделяют низкий, средний и высокий уровни рисков. Наиболее опасным уровнем является высокий, который способен нанести значительные потери и обязателен к незамедлительной минимизации.

Для более детального рассмотрения и определения влияния рисков необходимо применять системный метод, включающий в себя определенные этапы:

На первоначальном этапе, который отличается проведением качественного анализа, происходит оценка эффективности деятельности предприятия, обнаружение, отождествление и классификация возможных рисков, присущих данной фирме.

Следующий этап характеризуется количественной оценкой различного рода данных, факторов, предпосылок, влияющих на формирование рисков, а также определение их размеров, состояния и дальнейшей методологии их использования.

Третий этап связан, прежде всего, с уменьшением уровня рисков, конкретнее, предполагает формирование различных инструментов и средств, накопление и применение прошлого положительного опыта, создание практических процедур, программ и направлений реализации поставленной цели. Завершение данного этапа связано с дальнейшей необходимостью регулирования рисками.

Поэтому следующая ступень предполагает тщательную проверку, постоянное регулирование и анализ рисков. А также прогнозирование, проектирование и составление новых программ, связанных с возможным обнаружением этих рисков, снижением их количества в данный период времени и сведением к минимуму в перспективе с целью нахождения истинного решения, оперативного исполнения задач и повышения результативности деятельности всего предприятия в целом [2].

Данная методология, включающая все указанные этапы, позволяет предприятию в полной мере организовать собственный целостный механизм управления и контроля, который, в свою очередь, будет оказывать огромное влияние на все финансовые процессы и имеющиеся риски.

Любой организации важно уметь своевременно обнаруживать и анализировать риски. Этот процесс связан не только с определением негативных обстоятельств внутри предприятия, но и за его пределами, а также важно следить за тем, к чему в итоге могут привести данные риски, формировать круг соответствующих проблем, направлений их

решения. Выявив первостепенные риски, руководство и разрабатывает дальнейшую политику по их минимизации [3].

Существуют определенные методы, которые и позволяют реализовать процедуры эффективного использования системы внутреннего контроля. Среди них выделяют: финансовый и экономический надзор, контроль соответствия исполняемых процедур и процессов нормативно-правовой базе, аналитические способы, аудиторская выборка, итоговая сверка операций и остатков, операционный контроль, анализ деятельности руководства, тестирование и другие не менее важные методы [4].

Система внутреннего контроля, прежде всего, необходима средним и крупным предприятиям, поскольку пользу от нее можно получить только в случае, когда расходы на формирование всей структуры и реализацию поставленных целей не будут превосходить приобретенные выгоды.

Таким образом, система, связанная с рисками, довольно сложна, и требует много времени и ресурсов. Система призвана определять и устранять определенные нарушения установленных норм, программ, следить за ошибками, пробелами в статьях бухгалтерского учета, за достоверностью приведенных показателей всей финансовой отчетности организации. Более того, управленческий состав любой организации должен осознавать роль системы внутреннего контроля не только в отношении управления финансовыми рисками, но и в целом для обеспечения эффективности, устойчивости и безопасности как внутри предприятия, так и во взаимосвязи с другими фирмами или же в сфере влияния посторонних событий и факторов [3].

Также важно отметить, что абсолютного исключения рисков из деятельности организации достичь невозможно, наиболее оптимальным вариантом управления считается стремление к их минимизации, умение правильно рассчитывать, оценивать, анализировать, то есть в целом осуществлять эффективное и рациональное регулирование этими рисками.

В современное время с учетом произошедших событий данный вопрос является чрезвычайно актуальным, поскольку организации вынуждены осуществлять свою деятельность в нестабильной обстановке, и поэтому крайне важно обеспечить собственную стабильность, безопасность. В целом, формирование системы внутреннего контроля, позволяющей минимизировать риски в деятельности организации, связано с определенным кругом вопросов и проблем, а также неблагоприятных факторов, которые необходимо главным образом учитывать для успешной реализации данной системы.

Однако важность и незаменимость существования такой системы является в настоящее время определенной гарантией ее перспективной деятельности.

Список литературы:

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер.закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ. – Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. Бороненкова С. А., Мельник М. В. Комплексный экономический анализв управлении предприятием : учеб. пособие. – М. : Форум; ИНФРА-М, 2016.
3. Гареева, З. А. Минимизация рисков в системе внутреннего финансового контроля / З. А. Гареева, З. Р. Гафарова, Р. М. Галлямова // Евразийский юридический журнал. – 2019. – № 11(138). – С. 431-432.
4. Морозов, Н. А. Система внутреннего контроля как способ минимизации рисков / Н. А. Морозов // Бухгалтерский учет, анализ и аудит: современное состояние и перспективы развития; 2017. – С. 153-158.

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Д.А.Тирский, С.Ю. Платошечкина
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
202643@e.nsuem.ru

В работе рассчитаны и проанализированы показатели финансового состояния и рентабельности крупнейших сельскохозяйственных компаний Новосибирской области. Проведена рейтинговая оценка эффективности деятельности по финансовым показателям.

Ключевые слова: **показатели финансового состояния, рентабельность активов, рентабельность продаж, рейтинговая оценка, сельскохозяйственные компании.**

Повышение уровня эффективности деятельности сельскохозяйственных организации, является фактором стабильности и устойчивого развития в условиях неопределенности и санкций [3]. Развитие сельскохозяйственной отрасли является перспективным

направлением развития отечественного производства и нуждается в государственной поддержке и стимулировании. В соответствии с Федеральным законом «О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей», Правительство РФ утвердило методику расчета финансового состояния, базовые условия реструктуризации долгов и прочие требования к сельскохозяйственным производителям, претендующим на государственную поддержку [1].

Обзор рынка сельского хозяйства показал, что экспортные цены на российскую пшеницу с протеином 12,5% с поставкой в апреле-мае 2022 года оставались на уровне $275/т FOB. При этом цена спроса заметно ниже – около $265-270/т. Американская пшеница подешевела до $284/т (-$2/т), французская – до $283/т (-$3/т). Индекс пшеницы на бирже ММВБ на 12 апреля снизился до $283,1/т ($288,5/т неделей ранее). Египетская госкомпания GASC закупила 600 тыс. тонн российской пшеницы по $275/т FOB [ ]. Таким образом, российская пшеница становится более конкурентноспособной из представленных, что может привести к росту деловой активности российских производителей. Состояние экспорта же остается удручающим для Казахстана и Иордании, однако Египет является основным рынком для экспорта.

По данным Росстата, была изучена динамика финансовых показателей сельскохозяйственных компаний Сибирского округа (СФО) с 2016 по 2020 годы. Доля участия СФО в сальдированном финансовом результате составляет 5,4%, при этом наблюдается тенденция к росту финансового результата, а рентабельность продаж сельскохозяйственных организаций СФО в 2020 году составила 30,7% (изменение 10,8% пункта), что выше среднеотраслевых значений [3].

Для среза макроэкономической ситуации сельского хозяйства в Новосибирской области оценим эффективность деятельности крупнейших сельскохозяйственных предприятий по объёму засевной площади на 2022 год – это АО «Кудряшовское», АО "Ивановское" и ООО "Сибирская Нива". В качестве показателей эффективности использовались показатели финансового состояния и рентабельности, рассчитанные по данным годовой бухгалтерской отчетности за 2022 год.

В соответствии с методикой оценки финансового состояния сельскохозяйственных товаропроизводителей [1], рассчитаем коэффициенты ликвидности, обеспеченности собственными средствами, финансовой независимости, а также финансовые результаты деятельности – с помощью показателей рентабельности продаж и рентабельности активов (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели финансового состояния и рентабельности компаний за 2022 год

Показатели	АО «Кудряшовское»	ООО "Сибирская Нива"	АО "Ивановское"	**Эталон**
1.Коэффициент критической оценки	0,709	**2,188**	0,272	**2,188**
2.Коэффициент текущей ликвидности	1,411	2,882	**3,039**	**3,039**
3.Коэффициент обеспеченности собственными средствами	-0,506	-1,404	**0,262**	**0,262**
4.Коэффициент финансовой независимости	0,354	0,115	**0,616**	**0,616**

Продолжение Таблицы 1

Показатели	АО «Кудряшовское»	ООО "Сибирская Нива"	АО "Ивановское"	**Эталон**
5.Коэффициент финансовой независимости в отношении запасов	**1,599**	1,13	1,301	**1,599**
6.Рентабельность активов	0,05	**0,052**	-0,005	**0,052**
7.Рентабельность продаж	0,15	**0,233**	0,084	**0,233**

По результатам расчета показателей сделаем вывод о текущей платежеспособности АО «Ивановское» - коэффициент текущей ликвидности составил 3,04 при норме 2. Можно наблюдать недостаток собственных оборотных средств у АО «Кудряшовское» и ООО «Сибирская Нива», что говорит о финансовой неустойчивости и, вероятно, может привести к сокращению производства, росту расходов и снижению чистой прибыли. С точки зрения рентабельности

выигрывает ООО «Сибирская Нива», что говорит об эффективности основной деятельности и хорошем уровне использования активов.

В результате проведенного исследования составлен рейтинг сельскохозяйственных производителей НСО (таблица 2) для оценки эффективности их деятельности, с использованием метода расстояний[2].

По результатам рейтинговой оценки показателей АО «Ивановское» является более эффективным предприятием и занимает 1 место в группе. Показатели текущей ликвидности, обеспеченности собственными оборотными средствами, финансовой независимости этой компании являются эталонными, что говорит о лучшем финансовом состоянии этой компании. Вместе с тем, показатель рентабельности активов отрицательный, что является следствием полученного чистого убытка в 2022 году.

Таблица 2 - Рейтинг оценки финансового состояния организаций

Показатели	АО «Кудряшовское»	ООО "Сибирская Нива"	АО "Ивановское"
1	0,324	1	0,124
2	0,464	0,948	1
3	-1,931	-5,359	1
4	0,575	0,187	1
5	1	0,707	0,814
6	0,962	1	-0,096
7	0,644	1	0,361
Рейтинг	**2,037**	**-0,517**	**4,202**
Место в рейтинге	2	3	1

АО «Крудряшовское» и ООО «Сибирская Нива» являются наиболее приближенными к реальности примерами деятельности в сельскохозяйственной отрасли и отражает реальное положение в этой сфере: проблемы с обеспеченностью собственным капиталом и большую долю заемных средств. ООО «Сибирская Нива» заняла 3 место в группе, она является самой эффективной с точки зрения оптимизации затрат и использования имущества, так как показатели рентабельности выше чем у других компаний, она более

привлекательна для инвестиций частных лиц и государства. При этом, ООО имеет проблемы с финансовой устойчивостью, снижение которой обусловлено большой долей внеоборотных активов и заемных средств, но перспектива у компании хорошая- наращивание чистой прибыли идет большими темпами (+108% к 2021 году), что в перспективе приведет к росту собственного капитала и ослаблению финансовой напряженности.

Таким образом, рейтинговая оценка эффективности деятельности определила лидера среди исследуемых сельскохозяйственных компании- это АО «Ивановское», а также выявила текущие проблемы финансового состояния этой компании, которые могут привести к финансовой нестабильности.

Список литературы

1. О реализации Федерального закона "О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей" [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 30.01.2003 N 52 (ред. от 27.11.2014) // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. Пласкова, Н. С. Финансовый анализ деятельности организации : учебник / Н.С. Пласкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 368 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). URL: https://znanium.com/catalog/product/1862635 (дата обращения: 10.05.2023).
3. Шалаева, Л. В. Финансовые результаты деятельности сельскохозяйственных организаций в Российской Федерации: оценка в разрезе федеральных округов / Л. В. Шалаева // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. – Т. 12, № 8. – С. 2209-2226.

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

О.П. Титченко, Е.А. Тургунбаева, М.А. Апсите
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
titchenko@mail.ru

В работе раскрываются основные и наиболее распространенные нарушения, связанные с организацией учета амортизации основных средств, а также предлагаются варианты их решения. Актуальность

проблемы обусловлена важностью получения соответствующей верной оценки сохранности и работоспособности основных средств.
Ключевые слов: амортизация, основные средства, стоимость основных средств, метод начисления амортизации, линейный метод, учетная политика, срок полезного использования.

Основными средствами, согласно ФСБУ 6/2020, признаются активы, имеющие материально-вещественную форму, используемые в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг в течение периода более 12 месяцев или обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев, а также способные приносить экономическую выгоду организации в будущем [3].

Основные средства являются важной составляющей баланса любого предприятия. Для их правильного учета необходимо учитывать амортизацию - постепенное уменьшение стоимости основных средств, с целью возмещения денежных средств. Однако, учет амортизации основных средств может вызывать ряд проблем, которые представляют собой сложный вопрос, который требует внимания со стороны руководства организаций и бухгалтеров.

Основными из таких проблем являются:

1. Неправильное определение стоимости основных средств. Ошибка в начальной стоимости может повлечь за собой ошибки в учете амортизации. Например, некоторые предприниматели не учитывают установку и наладку оборудования в начальной стоимости, что ведет к недооценке начальной стоимости и перерасчету амортизации.

2. Выбор метода начисления амортизации. Существует несколько методов начисления амортизации, таких как линейный, уменьшаемого остатка и пропорционально объему продукции или работ. Правильный выбор метода зависит от специфики конкретного предприятия. Если метод начисления выбран неправильно или применяются разные методы начисления, это может привести к ошибкам и значительным изменениям в учете амортизации, что негативно отразится на финансовом состоянии предприятия.

3. Проблемы с определением срока службы основных средств. Это может быть вызвано сложностью оценки ресурсов и возможностей восстановления состояния основных средств.

4. Не правильное распределение амортизации по периодам. Основные средства обычно используются в организации на протяжении нескольких лет, и чтобы правильно учесть их стоимость, необходимо правильно распределять амортизацию между периодами. Если

распределение проводится неправильно, это может привести к ошибкам в учете и искажению финансовой отчетности.

5. Не правильная учетная политика. Правильно определенная учетная политика является важным элементом учета амортизации. Некоторые предприниматели могут выбрать учетную политику, которая не включает амортизацию с целью искажения результатов финансовой отчетности.

6. Проблема расхождения в налоговом и бухгалтерском учете имущества, что создает некую путаницу. Согласно НК РФ, амортизации подлежит только то имущество, чья стоимость больше 100 000 рублей [1], а в бухгалтерском учете эта цифра строго не регламентирована, организации сами устанавливают лимит. В налоговом учете все объекты амортизации подлежат распределению на амортизационные группы в зависимости от его срока полезного использования. Кроме того, разница состоит в том, что в налоговом кодексе существует два амортизационных метода: линейный и нелинейный. Для объектов основных средств, у которых срок полезного использования свыше 20 лет, используется исключительно линейный метод. Все эти различия в совокупности создают достаточно большую проблему для организации, поскольку в случае возникновения расхождений необходимо проводить процедуру бухгалтерского и налогового учета отдельно [5].

Во избежание этих проблем необходимо предварительно разработать правильную учетную политику, учитывая конкретные особенности организации и соответствующего законодательства. Прописать в учетной политике наиболее подходящий метод начисления амортизации, учитывая цель использования основных средств, их стоимость, срок использования и другие параметры. Принимая во внимание срок полезного использования основных средств, необходимо распределять амортизацию по периодам корректно. Это поможет предотвратить ошибки в расчетах и избежать искажения данных финансовой отчетности. Также не нужно забывать об изменениях в законодательстве и применять их. В связи с изменением налогового и бухгалтерского законодательства, необходимо регулярно обновлять учетную политику и применять новые правила. Стоит проводить регулярную проверку учета амортизации основных средств. Кроме того, важно обучать учетных специалистов правильному учету амортизации. Обучение персонала важно, чтобы сотрудники имели навыки правильного учета амортизации. Они должны понимать основы амортизации, правила начисления, распределения и учета амортизации. Регулярные тренинги и семинары помогут поддерживать учетных

специалистов в курсе новых изменений и обеспечат правильность учета амортизации основных средств.

Таким образом, в процессе эксплуатации основных средств их стоимость снижается, и для учета этого факта необходимо применение специальных методов расчета амортизации. Правильный учет амортизации основных средств критичен для любого предприятия. Соблюдение вышеуказанных мер поможет избежать ошибок в учете амортизации и обеспечит точность и надежность финансовой отчетности.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 28.04.2023).
2. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ.
3. Федеральный стандарт бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства».
4. Положение по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008).
5. Алиев А. С. Актуальные проблемы учета амортизации основных средств // Роль науки в формировании современной виртуальной реальности: Материалы международной научно-практической конференции, Новосибирск, 28 ноября 2019 года / Отв. ред. Зарайский А.А.. – Новосибирск: Общество с ограниченной ответственностью "Центр профессионального менеджмента "Академия Бизнеса", 2019. – С. 9-12.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КАЗЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДОСТОВЕРНОСТЬ БЮДЖЕТНОЙ ОТЧЕТНОСТИ

А.С. Тишина, Т.М. Кузьмина
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
izukaevanastya@mail.ru

Целью работы является исследование правового положения казенных учреждений, как относительно нового типа государственных (муниципальных) учреждений. Особое внимание уделяется рассмотрению деятельности казенного учреждения, в отношении

которого учредителем выступает Федеральное казначейство. Определена специфика функционирования данного учреждения, способствующая затруднению процесса проведения инвентаризации имущества, как обязательного условия для формирования и представления годовой бюджетной отчетности.
Ключевые слова: казенное учреждение, Федеральное казначейство, бюджетная отчетность, инвентаризация имущества.

Казенные учреждения представляют собой один из трех типов государственных (муниципальных) учреждений, начавших функционирование с 2011 года в связи с реформой бюджетной системы, направленной на совершенствование правового положения государственных (муниципальных) учреждений и повышение эффективности бюджетных расходов.

Казенное учреждение осуществляет свои функции в пределах государственного задания, разработанного учредителем в лице органа государственной власти или органа местного самоуправления за счет средств соответствующего бюджета на основании бюджетной сметы.

Таким образом, казенное учреждение является участником бюджетного процесса, осуществляющим бюджетные полномочия главного распорядителя бюджетных средств, в ведении которого оно находится. Казенное учреждение выступает получателем бюджетных средств, предназначенных для выполнения функций, определяющих цель его создания, а также администратором доходов федерального бюджета [1].

Для того чтобы казенное учреждение смогло совершать необходимые операции с выделенными бюджетными средствами на выполнение государственного задания, ему открываются лицевые счета в Федеральном казначействе. Казенное учреждение, как получатель бюджетных средств, несет ответственность и обязано эффективно и рационально использовать доведенные лимиты бюджетных обязательств на выполнение его целевых функций, а также своевременно и достоверно формировать и представлять отчетность в проверяемый орган для проведения анализа результативности использования бюджетных средств и своих полномочий.

В соответствии с законодательством бюджетная отчетность содержит отчет об исполнении бюджета, баланс об исполнении бюджета, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств и пояснительную записку [1].

Достоверность бюджетной отчетности государственных (муниципальных) учреждений определяется критериями по раскрытию

информации при составлении и представлении годовой бюджетной отчетности, утвержденными Министерством финансов РФ и Федеральным казначейством [2].

В результате изучения данных критериев выявлено одно из основных требований для составления и представления достоверной годовой бюджетной отчетности – проведение инвентаризации.

Рассмотрим, как реализуется данное требование на примере Межрегионального филиала Федерального казенного учреждения «Центр по обеспечению деятельности Казначейства России» в г. Новосибирске (далее – Филиал ФКУ «ЦОКР»), с учетом отдельных особенностей функционирования данного типа учреждений, способных повлиять на достоверность бюджетной отчетности.

Целью деятельности Филиала ФКУ «ЦОКР» является обеспечение функционирования одиннадцати территориальных органов Федерального казначейства (далее – ТОФК), расположенных на территории Сибирского и Дальневосточного федеральных округов. В состав Филиала ФКУ «ЦОКР» входит десять структурных подразделений, расположенных в границах местонахождения ТОФК.

1 ноября 2019 года Федеральным казначейством было поручено ТОФК провести мероприятия по передаче на баланс ФКУ «ЦОКР» всего имущественного комплекса на основании разработанной и утвержденной дорожной карты по передаче движимого и недвижимого имущества. При этом имущество продолжает находиться в эксплуатации ТОФК. По результатам выполнения данного поручения, по состоянию на 1 апреля 2023 года на балансе Филиала ФКУ «ЦОКР» стало числится 764 объекта недвижимого имущества (198 земельных участков и 566 объектов недвижимого имущества), а также 55 002 объектов движимого имущества.

Ежегодно Филиалом ФКУ «ЦОКР» проводится масштабная работа по инвентаризации имущественного комплекса перед составлением и преставлением годовой бюджетной отчетности в проверяющий орган.

В связи с наличием большого количества движимого и недвижимого имущества, а также территориальной удаленностью объектов инвентаризации, находящихся в границах расположения ТОФК, процесс инвентаризации в Филиале ФКУ «ЦОКР» начинается с 1 октября и завершается в третьей декаде января после завершения отчетного периода.

Столь длительное время проведения инвентаризации вызвано тем, что в Филиале ФКУ «ЦОКР» на одно материально-ответственное лицо в среднем приходится 70 объектов недвижимого имущества и 5000 объектов движимого имущества. Так как материально-ответственное

лицо обязано присутствовать на каждом объекте инвентаризации, период ее проведения занимает продолжительное время - до 2,5 месяцев.

Отсутствие порядка проведения инвентаризации в учетной политике учреждения, также усложняет данный процесс. Учитывая рассматриваемую специфику функционирования Филиала ФКУ «ЦОКР», необходимо организовать проведение инвентаризации таким образом, чтобы была возможность соблюдать установленные законодательством сроки и не допускать, чтобы данные об имуществе не были подтверждены на отчетную дату, так как это напрямую влияет на достоверность бюджетной отчетности.

Рассмотренный пример демонстрирует проблему при выполнении одного из обязательных условий достоверности раскрытия информации в годовой бюджетной отчетности – проведении инвентаризации, что характерно не только для Филиала ФКУ «ЦОКР», но и для других казенных учреждений.

Для недопущения формального характера проведения инвентаризации и предотвращения рисков, связанных с недостоверностью бюджетной отчетности, необходимо предпринять меры по увеличению количества материально-ответственных лиц и назначению их по месту нахождения труднодоступных объектов, внедрению оборудования для ускорения процесса проведения инвентаризации крупного имущественного комплекса, например, приобретение терминала сбора данных. Также следует сформировать внутренний порядок проведения инвентаризации, поскольку учетная политика в казенных учреждениях разрабатывается головным учреждением и является единой.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. Закон от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. 04.11.2022).// Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. О дополнительных критериях по раскрытию информации при составлении и представлении годовой консолидированной бюджетной отчетности, годовой консолидированной бухгалтерской отчетности государственных бюджетных и автономных учреждений главными администраторами средств федерального бюджета за 2022 год [Электронный ресурс]: письмо Минфина России и Казначейства России от 12.12.2022 № 02-06-07/121653/07-04-05/02-31103 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

МЕТОДОЛОГИЯ ПЕРЕХОДА АРЕНДАТРОВ НА ФСБУ 25/2018 «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ АРЕНДЫ»

А.Р. Юсупова, Л.С. Корабельникова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
alinayusupova2001@mail.ru

В исследовании рассматриваются основные вопросы, возникающие в процессе перехода на ФСБУ 25/2018 у организаций - арендаторов. Представлен вариант перехода с помощью ретроспективных корректировок показателей отчетности, то есть разработана методика перехода, позволяющая специалистам в области бухгалтерского учета выполнить корректные действия, избегая ошибок и нарушений в отражении информации. Рассмотрено влияние вносимых корректировок по результатам ретроспективного пересчета на показатели бухгалтерской (финансовой) отчетности.
Ключевые слова: аренда, арендатор, ретроспективный переход, отчетность.

Вступление в силу ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» (Стандарт) вызвало множество дискуссий среди специалистов в области подготовки отчетности, а также учета. Например, И.А. Лисовская и Н.Г. Трапезникова [3] выделяют несостыковки методического характера, а также трудности, которые касаются взаимосвязи с другими учетными стандартами, в части понимания положений, так как наблюдается отсутствие понятий и терминов, которыми оперирует Стандарт. Способы отражения в бухгалтерском учете арендных операций до вступления в силу ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» были регламентированы. Ранее стороны договора аренды, арендатор и арендодатель определяли порядок отражения предмета аренды (лизинга) в бухгалтерском учете. В большинстве случаев, арендованное имущество находилось на балансе арендодателя, а организациям – арендаторам отражать предмет аренды необходимо было на забалансовом счете, так как арендатор не признавал право пользования активом. Но если предмет аренды отражался на балансе арендатора, то как правило, стоимость актива определялась исходя из его номинальной стоимости, а не дисконтированной стоимости арендных платежей. У арендатора отсутствовала обязанность признавать право пользования активом, а значит вопросы, касающиеся оценки данных активов не являлись актуальными.

Необходимость перехода на ФСБУ 25/2018 обнажила следующие ключевые проблемы [2]:

— определение перечня договоров, которые подлежат применению нового Стандарта. При условии, что будет соблюдено требование: приоритет содержания над формой, что позволит выявить по существу арендные операции в тексте договоров аренды;

— трудности в оценке вновь признанных активов и обязательств;

— сложности в определении способа внесения корректировок в стоимость обязательств и активов, которые были признаны ранее;

— порядок внесения изменений сравнительных показателей, касающихся предшествующего периода.

Решение обозначенных проблем возможно посредством разработки методики перехода для организаций – арендаторов, которая выступит в качестве инструкции по переходу на Стандарт [3].

В соответствии с п.49 ФСБУ 25/2018 организации должны отражать в учетной политике последствия изменений в связи с переходом на Стандарт ретроспективно. Однако данный подход является достаточно трудоемким для его применения. Ретроспективный подход подразумевает применение новой учетной политики к операциям и событиям прошлых периодов так, как бы ее положения применялись всегда. Именно поэтому у организаций возникает нежелание использовать данный формат перехода [4].

Алгоритм ретроспективного расчета показателей можно представить следующим образом:

1. Необходимо рассчитать стоимость права пользования активом и обязательства по аренде на дату получения имущества в аренду.
2. Необходимо рассчитать сумму амортизации права пользования активом до момента перехода на ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды».
3. Необходимо рассчитать сумму процентов по арендному обязательству до момента перехода на ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды».
4. Далее необходимо рассмотреть какие изменения будут внесены при составлении бухгалтерской отчетности за отчетный год с применением ретроспективного пересчета сравнительных показателей за периоды, предшествующие отчетному.

В части бухгалтерского баланса необходимо скорректировать:

— Раздел внеоборотные активы – признание права пользования активом по остаточной стоимости в строке 1150 «Основные средства» или в строке 1190 «Прочие внеоборотные активы», в связи с тем,

использование предмета аренды будет осуществляться в процессе основной или прочей деятельности;

— Раздел Капитал и резервы – строка 1370 «Нераспределенная прибыль»;

— Раздел Краткосрочные обязательства – строка 1520 «Кредиторская задолженность» на величину арендных платежей.

В части отчета о финансовых результатах необходимо осуществить корректировки строк: 2120 «Себестоимость продаж», 2100 «Валовая прибыль (убыток)», 2200 «Прибыль (убыток) от продаж», 2330 «Проценты к уплате», 2300 «Прибыль (убыток) до налогообложения», 2400 «Чистая прибыль».

В части отчета об использовании капитала необходимо осуществить корректировки строк: 3217 в части показателя «Нераспределённая прибыль».

Подводя итоги вышесказанному, хотелось бы отметить, что каждая компания выбирает самостоятельно наиболее подходящий способ перехода на ФСБУ 25/2018. Применение упрощенных положений или переход на основе общих положений будет влиять в будущем на стоимость внедрения нового стандарта, а также на сопоставимость данных после перехода на протяжении нескольких лет. Именно поэтому, чем больше у компании договоров аренды, тем существеннее повлияют новые требования Стандарта на показатели отчетности.

Список литературы

1. 1.О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федеральный закон от 06.12.2011 г. №402 – ФЗ (ред. 18.07.2017 г.) // Доступ из справочной правовой системы «Консультант плюс».

2. Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 16.10.2018 г. №208N // Доступ из справочной правовой системы «Консультант плюс».

3. Кадочникова А.В. Особенности применения ФСБУ 25/2018: бухгалтерский и налоговый учет, раскрытие информации // Вестник ВУиТ. – 2022 - №1 [Электронный документ]. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru.

4. Пащенко Т.В. Отражение в отчетности и интерпретация показателей аренды: новые подходы // Экономика и бизнес: теория и практика – 2022 - №1-2 [Электронный доступ]. – Режим доступа: http:cyberleninka.ru.

5. Тепляков, А.Б. Аренда имущества. Правовое регулирование. Бухгалтерский учет / А.Б. Тепляков. - М.: Ось-89, 2019. - 453 с.

СЕКЦИЯ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И СФЕРЫ УСЛУГ

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

О.А. Бондаренко, М.М. Бутакова
Алтайский государственный университет,
bondarekno02@mail.ru

Работа посвящена оценке состояния рынка продукции молочной промышленности в Алтайском крае и Сибирском федеральном округе. Авторы анализируют изменения объемов производства молока, его качества, структуры производства и конкурентоспособности молочной продукции на российском рынке. В данной работе отражены результаты анализа конкурентоспособности молочных продуктов на рынке, качества продукции и его влияния на объемы продаж. В результате исследования выявлены основные проблемы, влияющие на развитие молочной промышленности в регионе, а также предложены пути их решения. На основе проведенного исследования предложены рекомендации для повышения конкурентоспособности молочной промышленности на внутреннем рынке.

Ключевые слова: молочная промышленность, рынок молочной продукции, конкурентоспособность, конкуренция, качество продукции.

В последние годы рынок продукции молочной промышленности в стране начал выходить из кризисного состояния. Однако ситуация на данном рынке, в том числе в Алтайском крае и Сибирском федеральном округе, неоднозначна, что обусловливает актуальность исследования. Главными проблемами являются факторы, связанные с санкционными пакетами, которые влияют и будут влиять на эффективность производства и реализацию новых проектов.

Ведущим направлением исследования конкурентоспособности молочной промышленности на внутреннем рынке является оценка рынка молочной продукции, соотношение качества и цены на молочные изделия, изучение удовлетворенности потребителей и уровня конкуренции.

Проведенное авторами исследование показало, что уровень конкуренции на рынке молочной продукции в Алтайском крае и Сибирском федеральном округе довольно высокий, однако наиболее конкурентоспособными являются продукты первичной переработки, доступные большинству потребителей из-за низкой цены. Кроме того, на рынке молочной продукции в регионе наблюдается рост уровня доверия потребителей к производителям, связанный с прозрачностью производства и контролем качества продукции. Опираясь на материалы и показатели исследования алтайских ученых, авторы выделяют основные направления инновационного развития отрасли и важность ее для национального рынка [1].

На фоне модернизации производственных мощностей, приобретения современного оборудования и внедрения инновационных способов переработки сырья, увеличилось число молочных ферм и производственных организаций в Сибирском федеральном округе. В 2022 году молокопереработчиками Алтайского края реализовывались инвестиционные проекты по строительству, реконструкции и наращиванию производственных мощностей: общая сумма вложений в отрасль составила более 500 млн. рублей.

С одной стороны, в регионе развивается сельское хозяйство, что способствует повышению производства и снижению цен на молоко и молочную продукцию. С другой стороны, производители молочной продукции столкнулись с серьезными проблемами, связанными с высокой конкуренцией на внутреннем рынке. Конкуренция производителей молочной продукции на внутреннем рынке является одним из основных факторов, влияющих на качество продукции и ее стоимость. Каждая из компаний стремится удержать свою долю рынка и привлечь больше клиентов, предлагая им качественную и конкурентоспособную молочную продукцию по доступным ценам.

В 2022 году стало заметно увеличение спроса на питьевое молоко вместо дорогостоящих категорий кисломолочной продукции — это произошло в связи с упавшими доходами населения и сокращением спроса внутри страны на дорогостоящие виды молочных продуктов. Такие тенденции свидетельствуют о том, что экономность является первостепенным фактором покупательского поведения в настоящее время, и для многих потребителей она стала главной причиной при выборе молочных продуктов.

В 2022 году в Россию поставили 876,9 тыс. тонн молочных продуктов, что на 11,6% меньше, чем годом ранее. Таким образом, импорт молочной продукции в страну снижается практически во всех категориях, а разрыв между импортом и экспортом продолжает

сокращаться со временем. Среди главных импортеров остается Белоруссия, основная масса экспорта в регионе уходит в страны ближнего зарубежья: Казахстан, Китай и Монголия [2].

Негативно на продажи молочной продукции повлиял рост цен, связанный с дефицитом упаковки. Затраты на маркировку молочной продукции, обязательной с 1 сентября 2022 года, также повлияли на увеличение цен на продукцию. По производству молока в январе 2023 года хозяйства региона вышли на показатель в 50,5 тысячи тонн: по отношению к январю 2022 года объемы производства выросли на 5,3%. Увеличение показателей обусловлено ростом продуктивности дойного стада крупного рогатого скота [3].

Для того чтобы конкурировать на рынке молочной промышленности в Алтайском крае и Сибирском федеральном округе для потребителей с низким уровнем дохода, необходимо внедрять комплексные решения: стимулирование местного производства, создание кооперативов, решение транспортных проблем, повышение качества молочной продукции. Значимость качества молочной продукции на внутреннем рынке неоспорима и требует серьезного внимания и контроля качества со стороны производителей и государства. Для сохранения конкурентоспособности молочной промышленности на внутреннем рынке, компании должны проводить постоянный мониторинг рынков, стремиться к обеспечению оптимального баланса между ценой и качеством.

Результаты исследования конкурентоспособности молочной промышленности на внутреннем рынке Алтайского края и Сибирского федерального округа имеют важное значение для:

– производителей и поставщиков молочной продукции, которые могут использовать данные исследования для повышения конкурентоспособности своей продукции на внутреннем рынке, а также для развития новых стратегий и технологий в области молочной промышленности;

– государственных органов и регуляторов – для определения мер поддержки и развития молочной промышленности на региональном и федеральном уровнях;

– аналитических и консалтинговых компаний – для разработки стратегий и планирования в области молочной промышленности, а также для проведения дополнительных исследований;

– академических и научных организаций – для дальнейших научных исследований в области молочной промышленности и развития региональной экономики.

Список литературы

1. Борисова, О. В., Бутакова, М. М., Горянинская, О. А. Гармонизация целей устойчивого развития молочной промышленности // Экономика Профессия Бизнес. 2022. № 3. С. 49-55. URL: http://journal.asu.ru/ec/article/view/epb202237.

2. Импорт молочной продукцию в Россию в 6 раз превышает экспорт. Переработка молока. Новости отрасли 13.04.2023 URL: https://news.milkbranch.ru/2023/02/import-molochnoj-produktsiyu-v-rossiyu-v-6-raz-prevyshaet-eksport/

3. Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс] URL: https://www.altairegion22.ru/region_news/v-altaiskom-krae-sohranyaetsya-tendentsiya-naraschivaniya-proizvodstva-produktsii-zhivotnovodstva_1035123.html

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ

А.А. Вальц, Н.С. Белокуренко
Алтайский государственный аграрный университет,
BelokurenkoN@mail.ru

Исследование посвящено практическим аспектам маркетинга и рекламы в компаниях. Рассмотрены основные понятия маркетинга, его роль и значение для компании, а также методы исследования рынка; реклама как составная часть маркетинга, ее виды и принципы разработки. Приведен конкретный пример компании, которая занимается предоставлением облачных решений.

Ключевые слова: практические аспекты маркетинга, реклама, компания, исследование, продукты, услуги, конкуренты, рекламная кампания, эффективность, клиентская база.

В современном бизнесе маркетинг и реклама играют важную роль в формировании имиджа компании и продвижении ее продуктов и услуг на рынке. Однако проведение эффективных маркетинговых и рекламных кампаний является сложной задачей и часто сталкивается с рядом проблем, связанных с выбором стратегии, сегментацией аудитории и оценкой эффективности мероприятий.

Целью данной статьи является исследование практических аспектов маркетинга и рекламы для выявления основных проблем, с которыми сталкиваются компании, а также разработки эффективных методов и

инструментов проведения маркетинговых и рекламных кампаний. Для достижения цели исследования были использованы такие методы, как анализ литературы, интервью с экспертами в области маркетинга и рекламы, проведение маркетингового исследования и анализ эффективности рекламной кампании в конкретной компании.

Исследование практических аспектов маркетинга и рекламы имеет важное значение для компаний, которые стремятся увеличить свою конкурентоспособность и улучшить свои результаты на рынке. Полученные результаты могут быть использованы для разработки более эффективных маркетинговых и рекламных стратегий и методов, а также могут быть интересными для научного сообщества в области маркетинга и рекламы.

Сначала следует определить понятия маркетинга и рекламы, их сущность и взаимосвязь друг с другом. Маркетинг – это система управления, которая нацелена на создание, продвижение и продажу товаров и услуг, удовлетворяющих потребности потребителей [1]. Реклама – это форма маркетинговых коммуникаций, которая предназначена для привлечения внимания потенциальных потребителей и повышения узнаваемости бренда или продукта.

Маркетинговые и рекламные исследования позволяют компаниям получить необходимую информацию о потребителях, конкурентах, рынке и т. д., которая помогает принимать правильные решения при планировании и реализации маркетинговых и рекламных кампаний. Среди основных методов маркетинговых исследований можно выделить анкетирование, интервьюирование, фокус-группы, наблюдение, анализ продаж и т. д. Рекламные исследования, в свою очередь, могут включать анализ эффективности рекламных кампаний, изучение реакции потребителей на рекламные материалы, определение целевой аудитории и т.д.

Проведение маркетинговых и рекламных кампаний является сложным процессом, который требует множества усилий и ресурсов. Компании могут столкнуться с различными проблемами при проведении кампаний, включая:

- неопределенность целевой аудитории;
- недостаточная эффективность каналов продвижения;
- недостаточное внимание к конкуренции.

Разработка маркетинговой и рекламной стратегии является ключевым этапом проведения маркетинговых и рекламных кампаний [2]. Следующие этапы помогут компаниям создать эффективную стратегию: анализ рынка и конкурентов; определение целевой

аудитории; формулирование маркетинговой стратегии; создание рекламной стратегии; оценка эффективности стратегии.

На рынке существует множество методов и инструментов маркетинга и рекламы, которые могут помочь компаниям достичь своих целей [3]. Некоторые из них включают: реклама в социальных сетях, поисковый маркетинг, электронная почта, PR-кампании, контент-маркетинг, аналитика и мониторинг, интерактивные инструменты, инфлюенсер-маркетинг. В целом выбор методов и инструментов маркетинга и рекламы зависит от целевой аудитории, характеристик продуктов или услуг и конкурентной среды на рынке.

Таким образом, знание теоретических основ маркетинга и рекламы является важным для любого бизнеса, который стремится привлекать и удерживать клиентов и быть успешным на рынке. Практические аспекты маркетинга и рекламы исследованы на примере компании «ABC», являющейся ведущим поставщиком облачных решений для бизнеса.

Компания «ABC» провела маркетинговое исследование, чтобы оценить рынок и конкурентную обстановку. Выявлено, что конкуренция в области облачных решений достаточно высока, но есть несколько ключевых конкурентов, с которыми компания «ABC» может конкурировать. Кроме того, исследование показало, что большинство клиентов оценивают качество услуг выше, чем цену, что дает компании «ABC» преимущество на рынке.

На основе результатов маркетингового исследования компания «ABC» разработала рекламную кампанию, которая включала в себя использование рекламы в социальных сетях, контекстной рекламы и электронной почты. Рекламная кампания направлена на привлечение новых клиентов и удержание существующих.

На основе полученных результатов компания «ABC» провела оптимизацию своих маркетинговых и рекламных мероприятий, чтобы повысить их эффективность и окупаемость. Она пересмотрела свою стратегию использования социальных сетей и контекстной рекламы, улучшив качество контента и повысив точность настройки таргетинг. Также компания «ABC» начала использовать инструменты маркетинговой автоматизации для оптимизации своих маркетинговых кампаний. Это позволило ей улучшить качество лидов и снизить затраты на маркетинг.

В результате исследования были выявлены ключевые аспекты маркетинга и рекламы в компании «ABC». Компания предлагает широкий спектр услуг в области облачных решений для бизнеса и успешно конкурирует на рынке благодаря высокому качеству своих

услуг. Рекламная кампания, разработанная на основе маркетингового исследования, была успешной и помогла компании «АВС» привлечь новых клиентов и улучшить свою репутацию.

Результаты исследования могут быть полезны для компаний, работающих в области облачных решений и услуг. Выводы могут быть использованы для определения наиболее эффективных маркетинговых и рекламных стратегий, а также для повышения качества предлагаемых услуг и улучшения своей репутации на рынке.

Список литературы

1. 1.Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга: Пер с англ. - М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2013. – 752 с.
2. Промоушен и реклама – не одно и тоже. Способы продвижения товаров и услуг в бизнесе – [Электронный ресурс] / URL https://businessman.ru/
3. Землянская, Н.Б., Казакова, Н.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации как основа стратегии продвижения. - [Электронный ресурс] / URL https://cyberleninka.ru/

ОЦЕНКА ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ СУШЕНОГО ПИЩЕКОНЦЕНТРАТА

А.М. Горелов, Е.С. Бирюкова, С.Ю. Глебова, С.В. Кубышкина
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
anton.gorelov.02@mail.ru

Предметом исследования являются сушеные с помощью комбинированной сушки пищевые продукты растительного и животного происхождения. Разработана рецептура сухого пищеконцентрата, не требующего варки. Изучены органолептические показатели качества регидратированного блюда. Оценена его пищевая и биологическая ценность, проведён анализ его пищевого состава в сравнении с суточной потребностью в пищевых веществах.

Ключевые слова: сухие пищеконцентраты, показатели качества, пищевая ценность, суточная потребность.

Высушивание овощей с целью увеличения сроков хранения, наряду с технологиями охлаждения и замораживания, является важнейшей технологией пищевой промышленности. Использование в современном

сушильном оборудовании вакуума, низких температур, СВЧ-волн и других физических воздействий позволяет сводить к минимуму потери пищевых и биологически активных веществ в пищевом сырье, что приводит к расширению ассортимента сушеной продукции в торговой сети и интернет-сайтах. Как следствие, многочисленные публикации в СМИ о пользе сушеных овощей привели к росту продаж бытовых сушилок для домашнего использования и, соответственно, увеличению потребления сушеной продукции в домашних условиях. Сушеное сырьё, благодаря концентрации пищевых веществ, является ценным источником полноценных белков, жиров, усвояемых и неусвояемых углеводов, а также минеральных веществ и витаминов, органических кислот и биологических активных веществ [1,3]. При составлении рецептур из высушенного сырья можно добиться необходимого соотношения и состава пищевых веществ в соответствии с физиологическими потребностями. В связи с этим актуальным является изучение пищевой ценности готовых сухих пищеконцентратов с точки зрения процента от суточной потребности населения.

Цель исследования – оценить пищевую ценность пищевого концентрата, разработанного из сушеного сырья, полученного промышленным способом холодной конвекции, в соответствии с суточной потребностью населения.

В качестве компонентов для разработки сухого концентрата, не требующего варки, использовали сушеные морковь, сыр, чеснок, специи. Исходя из результатов экспериментальных исследований, нами разработана рецептура «Салат из моркови с сыром» с выходом готового блюда после запаривания – 130 г. Особенность разработанного концентрата в том, что при его приготовлении не требуется традиционная дополнительная заправка в виде майонеза или растительного масла. Жидкость, используемая при запаривании сушеного сырья, выполняет одновременно две функции: регидратирует сырьё и является заправкой.

Органолептические показатели качества блюда после регидратации представлены в таблице 1.

Следующим этапом исследований было определение состава пищевых веществ и сравнение их количества с суточной потребностью человека. В качестве нормативных данных была использована рекомендуемая ТР ТС 022/2011 средняя суточная потребность в основных пищевых веществах и энергии для нанесения маркировки пищевой продукции [2].

Таблица 1 – Органолептические показатели качества регидратированного блюда «Салат из моркови с сыром»

Показатели качества	Характеристика
Внешний вид	овощи одинаковой нарезки, сыр равномерно распределен
Цвет	свойственный входящим в состав продуктам
Текстура (консистенция)	овощи мягкие, слегка хрустящие, сыр мягкий.
Вкус	в меру соленый, с нотками чеснока
Запах	входящих в состав продуктов, без посторонних запахов

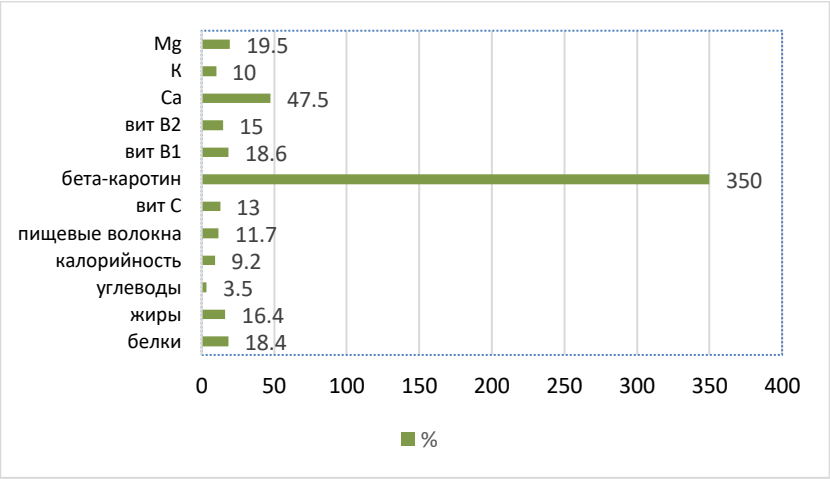


Рисунок 1 – Диаграмма удовлетворения суточной потребности потребителя в основных пищевых веществах за счет сухого пищеконцентрата

Из диаграммы видно, что блюдо после регидратации сухого концентрата является ценным источником бета-каротина, кальция, магния, витаминов группы В (тиамина и рибофлавина), белков, жиров и пищевых волокон. Также низкая калорийность (9,2% от суточной нормы) свидетельствует о том, что блюдо может быть отнесено к продуктам здорового питания.

Таким образом, при разработке рецептур из сушеного сырья можно получить полноценное блюдо с высокими органолептическими показателями и пищевой ценностью.

Список литературы

1. Здоровье человека как ценность и его определяющие факторы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/zdorovie-cheloveka-kak-tsennost-i-ego-opredelyayuschie-faktory
2. Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 881 «О принятии технического регламента Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (вместе с «ТР ТС 022/2011. Технический регламент Таможенного союза. Пищевая продукция в части ее маркировки»).
3. Позняковский, В.М. Экспертиза пищевых концентратов. Качество и безопасность: Учебно-справочное пособие/ В.М. Позняковский, И.Ю. Резниченко, А.М. Попов; под ред. общ. ред. В.М. Позняковского.- 3-е изд., стер.- Новосибирск: Сиб.унив.изд-во, 2010. – 266 с., ил.- (Экспертиза пищевых продуктов и продовольственного сырья).

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

А.В. Зайцева, Н.С. Белокуренко
Алтайский государственный аграрный университет
belokurenkon@mail.ru

Туристическая отрасль – это одна из наиболее динамично развивающихся сфер в современном мире, признанная как существенный источник доходов для бюджетов на всех уровнях. Становление туризма помогает решать некоторые социальные проблемы, благодаря туризму создается значительное количество новых рабочих мест. Особенностью этой отрасли является необходимость обеспечения высокой квалификации персонала, развития современной медицины и широкого применения информационных технологий. Целью проведенного исследования являлось изучение особенностей туризма в СФО и выявление проблем, препятствующих его развитию.

Ключевые слова: туризм, экономическое развитие, экономика региона, инфраструктура.

В современных условиях туризм в Сибири становится все более важным элементом экономики, способствующим ускорению развития регионов и созданию новых рабочих мест. Этот процесс может быть рассмотрен как катализатор социально-экономического развития территории, который приводит к стимулированию смежных отраслей экономики и расширению инфраструктуры и коммуникаций в регионах.

Также следует отметить, что развитие индустрии туризма оказывает положительное влияние на качество жизни людей. Именно благодаря туризму развиваются такие области, как образование и медицинское обслуживание. Развитие туристической отрасли также способствует внедрению новых информационных технологий, что существенно повышает уровень жизни людей [1].

В Сибири наблюдается появление новой модели развития туризма, которая основана на трансформации этой сферы деятельности из социально-культурного сервиса для населения в отрасль экономики. Исследования, проводимые в последние годы, демонстрируют, что туризм становится значимым двигателем развития ряда других отраслей, таких как транспорт, торговля, отдых и образование. Таким образом, турбизнес в Сибири является не только важным элементом экономической модели региона, но также представляет собой точку роста для экономики всего региона.

Влияние объективных факторов на развитие туризма в Сибири является значительным [2]. На данный момент отсутствует Федеральная целевая программа, нацеленная на продвижение туризма в субъектах Сибири. Это приводит к затруднениям в инфраструктуре туризма и ограничению средств на ее развитие. Высокая стоимость транспортировки туристов вызывает постоянно растущие транспортные затраты, связанные с удаленностью территории от центральных регионов, что является дополнительным негативным фактором для развития туризма в этом регионе. Кроме этого, сезонность туризма в Сибири организационно и экономически составляет значительное препятствие для увеличения объема туристических услуг. Также следует отметить значительную протяженность туристических маршрутов и их удаленность от основных транспортных узлов. В свете этих объективных препятствий для успешного продвижения туризма в Сибири необходимо улучшать инфраструктуру, привлекать дополнительные средства, повышать качество транспортных услуг и искать новые формы управления туризмом.

В современных условиях существует ряд сложностей, которые препятствуют развитию отрасли в сибирском регионе [3]. Рассмотрим некоторые из них.

Во-первых, можно отметить долгий информационный вакуум, обусловленный исторически сложившимися факторами, которые складывались на протяжении многих лет. Эта проблема является одной из главных, поскольку в современном мире запуск новых туристических программ связан с грамотной информационной работой.

Во-вторых, существуют устойчивые стереотипы, которые связаны с трудностями климатических условий и ссылкой в Сибирь. Эти мифы не дают возможности новым туристам оценить все прелести региона и насладиться его уникальными достопримечательностями.

В-третьих, проблемой является отсутствие четкого позиционирования Сибири в российском и международном информационном пространстве, что усложняет процесс поиска достоверной информации о регионе.

И наконец, инфраструктурные проблемы также играют роль в торможении развития туризма. Неразвитая транспортная сеть и недостаточное количество гостиниц и ресторанов тоже затрудняют приток туристов.

Стоит обратить внимание на следующие мифы, которые также мешают развитию туризма в Сибири [4]: холодный климат региона, далекое расположение от Европы, возможность только для охоты и рыбалки, а также миф о рискованности и неинтересности бизнеса в регионе. Подобные представления, которые долгое время существовали в массовом сознании, отталкивали туристов, которые не смогли оценить все прелести этого уникального региона.

Проведение единой государственной политики поддержки туризма на федеральном и региональном уровнях является залогом устойчивого экономического развития регионов Сибири [5]. Большой потенциал туристической отрасли в регионах Сибири обусловлен их уникальным комплексом ресурсов: природой, культурно-историческими памятниками и этнографическим разнообразием. Однако, чтобы достичь максимального социально-экономического эффекта, необходимо рационально использовать данные ресурсы. В этом случае туристическая отрасль сможет динамично развиваться и принести значительную пользу регионам.

В ходе исследования выявлены проблемы развития туризма в СФО. При этом данная отрасль в Сибири имеет особенности развития, что связано со спецификой территории.

Таким образом, туристическая индустрия является важным фактором экономического развития регионов, который может положительно влиять на экономику и социальное благополучие населения. Привлечение туристов в Сибирь ведет к увеличению объема инвестиций и созданию новых рабочих мест в туристическом секторе и смежных отраслях. Это, в свою очередь, повышает уровень жизни местного населения и стимулирует экономический рост местных сообществ.

Список литературы

1. Маевский, Д.П., Кулагина, Е.В., Прончева, О. К. Анализ перспектив развития туризма в субъектах Сибирского федерального округа // Ученые записки университета Лесгафта. 2014. № 8 (114). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-perspektiv-razvitiya-turizma-v-subektah-sibirskogo-federalnogo-okruga (дата обращения: 01.05.2023).
2. Морозов, М.А., Рубцова, Н.В. Роль туризма в устойчивом социально-экономическом развитии регионов Сибирского федерального округа // Региональная экономика: теория и практика. 2016. №8 (431). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-turizma-v-ustoychivom-sotsialno-ekonomicheskom-razvitii-regionov-sibirskogo-federalnogo-okruga (дата обращения: 01.05.2023).
3. Проблемы и перспективы развития туризма в Сибирском Федеральном округе. — Текст : электронный // Studbook.net : [сайт]. — URL: https://studbooks.net/730988/turizm/problemy_perspektivy_razvitiya_turizma_sibiri (дата обращения: 01.05.2023).
4. Развитие туризма в Сибирском федеральном округе : библиограф. указатель / Науч. б-ка НГУЭУ, Информац.-библиограф. сектор. – Новосибирск : НГУЭУ, 2022. – 78 с.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СЕРВИСА КИКШЕРИНГА

В. А. Иванов, Д. Е. Штальман, Я. А. Кирова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
kirov2480@gmail.com

В работе рассматриваются особенности правового регулирования сервиса кикшеринга в Российской Федерации. При проведении

исследования применялись сравнительно-правовой и технико-юридический методы исследования. Проанализированы основные нормативно-правовые акты в рассматриваемой сфере и особенности их применения. В результате проведенного анализа показано, что кикшеринг активно входит в повседневную жизнь граждан, имеет свою специфику, правовую природу, задачи и правовое регулирование, требует пристального внимания и контроля со стороны общества и государства.
Ключевые слова: правовое регулирование, сервис, кикшеринг, электросамокаты, средства индивидуальной мобильности, правила дорожного движения.

В настоящее время для многих граждан, особенно в крупных городах, электросамокаты становятся не только средством проведения досуга, но и незаменимым средством передвижения, а для кого-то уже стали реальной альтернативой велосипеду или автомобилю. Но в этом и состоит их опасность. На них ездят люди разных возрастов, при этом за управление берутся даже те, кто не умеют ими пользоваться, и это становится опасностью не только для «водителя», но и для окружающих граждан. «Водители» выезжают на проезжие части, на высокой скорости ездят по неровной или людной дороге, а поскольку колеса у электросамокатов маленькие, любой камень может привести к потере управления и травмам самого управляющего данным «транспортом» или проходящих мимо людей. Следует признать, что, с одной стороны, данный вид средства передвижения считается мобильным и экологичным, а с другой - является крайне опасным. Пока электросамокаты стремительно распространяются в городах, как крупных, так и небольших, пешеходы копят раздражение.

Объектом данного исследования выступают общественные отношения в сфере сервиса кикшеринга в Российской Федерации.

Поскольку популярность использования электросамокатов, в том числе посредством кикшеринга, с каждым годом возрастает, и реальная опасность дорожно-транспортных происшествий с их участием повышается и усиливается, данный вопрос требует строгого и тщательного урегулирования на законодательном уровне.

Как отмечает Михаил Блинкин, директор Института экономики транспорта и транспортной политики НИУ ВШЭ: «Одна часть общества, включая и меня, считает, что электросамокат надо запретить. Электросамокат - довольно увесистая конструкция. Когда на обычном тротуаре самокат налетит на пешехода, то он получит серьезные

травмы. Допустим, самокаты должны ездить по проезжей части. Но тогда при столкновении с авто серьезно пострадает самокатчик».

В России прошлый теплый сезон отличился развитием шеринга (проката) электросамокатов: они появились практически в каждом городе нашей страны, их мог брать в аренду каждый желающий и кататься на них. И это неплохо, поскольку одни могли скрасить досуг, прокатившись с ветерком на новом виде техники; другие получали доход от этого вида деятельности, а в бюджет поступали дополнительные деньги.

В настоящее время почти везде легальны и самокаты, и сервисы по их аренде. Появляются понятные правила. Но есть одна европейская страна, где электросамокаты запрещены до сих пор - это Нидерланды. Сервисов кикшеринга там просто нет, а вот к частным самокатам относятся терпимо. Сами жители признаются, что полиция не очень-то следит за этим запретом, может сделать замечание, но обычно никого не штрафует, поэтому электрические самокаты там тоже довольно популярны.

В настоящее время закон полностью и всецело не урегулировал вопрос с использованием электросамокатов. На улицах можно встретить водителей указанного транспортного средства разных возрастов. Родители, не задумываясь о последствиях, покупают их своим детям. Молодые люди, люди среднего возраста и старше не задумаются о том, в их ли силах полностью контролировать ситуацию и избежать аварии. На огромной скорости порой не получается вовремя нажать на тормоз. Как итог – множество случаев ДТП с разными степенями травм. Поэтому так важно, что бы законодатель решил данный вопрос. Если люди не задумаются о безопасности своего здоровья и здоровья окружающих, на них должны влиять санкции на государственном уровне.

Воздействовать нужно и на прокатные организации, которые должны делать определенный отбор при сдаче самоката в аренду. Однако разумных правовых механизмов, при помощи которых можно было бы не допускать за руль электросамоката определенных граждан, пока нет. В самих приложениях для проката средств индивидуальной мобильности не предусмотрено подтверждение личности, таким образом, если добавить эту функцию, можно исключить несовершеннолетних из данных правоотношений.

Так же властям города необходимо оборудовать специальные дорожки для велосипедов и самокатов, чтобы исключить их движение на тротуарах и выезд на дорогу для предотвращения опасных ситуаций. Одной из проблем для пользователей является приоритизация зон

движения (белая полоса, инфраструктура, тротуар, обочина). Необходимы также установить ограничения – особые медленные зоны (парки, оживленные улицы по согласованию с городом). Нельзя превышать скорость, ездить вдвоем, в состоянии алкогольного опьянения, следует спешиваться на пешеходном переходе. Согласно нормам ст. 426 и п. 2 ст. 437 ГК РФ договор предполагает пристегивание электросамокатов на специальных парковках.

По мнению автора, опасны не сами электросамокаты, а водители электросамокатов. Как и в случаях с автомобилями, электросамокаты можно водить агрессивно. Однако целесообразно не запрещать, а установить больше знаков, организовать дорожки для самокатов и велосипедов.

Статистика показывает, что за истекший год число рассматриваемых поездок растет гораздо быстрее (в 13 раз), чем число аварий (в 3 раза).

Электросамокаты действительно опасны, но запрещать их – неоправданная мера. Необходимо отрегулировать данную сферу, например, ввести обязанность носить шлем (сейчас по желанию), ограничить скорость, запретить агрессивную езду по людным тротуарам, обязывать спешиваться перед пешеходным переходом, штрафовать тех, кто ездит без соблюдения требований.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 20.11.1994 № 51-ФЗ.
1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ.
2. Федеральный закон от 10.12.1995 № 196-ФЗ «О безопасности дорожного движения».
3. Бурова, И. Л. О некоторых проблемах правового регулирования новых видов транспортных средств с электродвигателем / И. Л. Бурова, М. В. Рудов // Имущественные отношения в РФ. - 2019. -№ 2. - С. 84-93.
4. Лавров, С.Е. Проблемы развития улично-дорожной сети города с учетом нетрадиционных видов транспорта // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре: сборник статей 77-ой Всероссийской научно-технической конференции. - Самара, 2020. С. 157-161.

СЕРВИСЫ ЭКСПРЕСС ДОСТАВКИ – ОДИН ИЗ ТРЕНДОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

А.М. Исхакова, Т.В. Плотникова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
amina-pochta2000@mail.ru

В работе рассмотрены сервисы экспресс-доставки как одного из современных трендов развития розничной торговли, что определяет актуальность исследования. Целью работы являлось изучение модели работы экспресс-доставки, функций дарксторов в организации доставки товаров. По результатам исследования предложены направления развития данного сервиса по доставке товаров населению.
Ключевые слова: розничная торговля, онлайн-торговля, экспресс-доставка, даркстор.

Онлайн-торговля в настоящее время является одним из приоритетных трендов розничной торговли и продолжает активно развиваться, причем особенно быстро растет рынок экспресс-доставки, на котором появляется все больше игроков. Экспресс-доставка – безусловный тренд электронной коммерции. Покупатели готовы доплачивать за то, что им быстро привезут продукты и товары, даже если магазин находится вблизи дома.

Опрос покупателей показал, что 41% заказывает доставку продуктов регулярно. Каждый третий покупатель выбирает онлайн-заказ, если нет времени идти за покупками или просто нет желания идти в магазин - 33%. Около 28% респондентов осуществляют онлайн покупки тяжелых или объемных товаров.

Рынок доставки продуктов очень сильно концентрирован. В 2022 году на пять лидеров онлайн-продаж — «Самокат», «ВкусВилл», «СберМаркет», «Яндекс Лавка», «Delivery Club» приходилось 75% количества заказов. Следующие семь игроков занимают 20% рынка заказов, это «Лента», «Метро», «Магнит», «Перекресток», «Пятерочка», «Ашан», «ОКей».

По данным рейтинга INFOLine, за первое полугодие 2022 года количество дарксторов (специальных складов с продуктами, в которых собирают онлайн-заказы для доставки еды) Яндекс.Лавки и Самоката выросло на 60%, а количество заказов последнего – более чем в три раза. Для сравнения, покупки «впрок» и самовывоз в этом периоде увеличились только на 41%. Во втором квартале 2022 года экспресс-доставка сохранила свое преобладание над покупками «впрок» и

самовывозом. Крупные розничные сети также развивают экспресс-доставку, и для этого некоторые из них открывают собственные даркстеры.

Даркстор (от англ. dark — «тёмный» и store — «магазин») — это магазин-склад для сбора и хранения онлайн-заказов. Помещения для таких складов могут располагаться в малолюдных местах, так как у них нет необходимости в рекламе или других способах привлечения покупателей.

Существует три основных модели экспресс-доставки продуктов: 1P, 3P и гибридные [1].

1P модель — доставка из даркстеров. В этом случае всем занимается одна компания: товары лежат на даркстерах, расположенных в нескольких районах города. При этом воспользоваться даркстером как обычным розничным магазином нельзя. По модели 1P работают Яндекс.Лавка и Самокат.

Преимущества 1P модели: высокая скорость выполнения заказа за счет оптимизации размещения товаров на складе; возможность управлять ассортиментом и обеспечивать высокий уровень качества исполнения заказа; возможность иметь актуальную информацию об остатках товаров на складе и необходимости их пополнения.

К недостаткам 1P модели экспресс-доставки можно отнести ограниченные складские мощности для хранения товаров, из-за чего покупателям предлагается сравнительно небольшой ассортимент.

3P модель экспресс-доставки реализуется, когда есть онлайн-витрина сервиса доставки, а доставку осуществляют партнеры базе существующих розничных сетей.

Преимущества 3P модели экспресс-доставки: возможность обеспечить пользователей широким ассортиментом товаров; возможность быстрого масштабирования; отсутствие капитальных инвестиций.

Недостатки 3P модели: более длительное время сборки заказа; сложности контроля качества сборки заказа; невозможность влиять на ассортимент, наличие продукции и ценообразование.

Такую модель использует СберМегаМаркет в категории «Супермаркет»: маркетплейс работает как витрина, а за доставку отвечают партнеры – «СберМаркет» и «Самокат».

При гибридной модели экспресс-доставки используются и розничные магазины, и даркстеры. Гибридные модели позволяют совмещать сильные стороны разных моделей и развивать сразу два направления – розничную торговлю в собственных сетях и экспресс-

доставку. Такая модель используется, к примеру, компаниями «ВкусВилл», «Лента», «Ашан», Metro.

Гибридная модель экспресс-доставки активно развивается, так как позволяет партерам офлайн- и онлайн-продаж использовать сильные стороны друг друга с целью повышения эффективности продаж [2].

Экспресс-доставка — направление, которое помогает закрывать большое количество различных потребительских сценариев. Такая доставка заменяет привычный поход в магазин, делая жизнь покупателя проще и комфортнее. Кроме того, сеть даркстороров создает инфраструктуру для новых потенциально полезных услуг для клиентов, например, «доставка по клику». В данном случае пользователь, делая заказ в онлайн магазине, оформляет доставку в ближайший даркстор, откуда курьер привозит заказ в удобное время вместе с другими товарами.

С целью оптимизации работы сервиса и ускорения доставки товаров необходимо использовать технологии, которые помогут развить экспресс-доставку. По мнению экспертов именно технологии и автоматизация процессов помогают бизнесу стать устойчивее и зарабатывать больше.

Система управления складами (WMS) позволяет отслеживать и контролировать все операции реального времени: от графика доставок курьеров до состояния и количества товаров в даркстороре. Система по управлению ассортиментом (ERP) автоматически управляет ассортиментом и закупками. Эта система не только контролирует ассортимент, но и принимает решения об объемах закупок и создает заказы поставщикам. Также эта система присутствует в программе 1С.

Система «Автозаказ» прогнозирует и автоматически создает заказы на пополнение для каждого склада. Команда Яндекс.Лавки разработала прототип робота, который способен оптимизировать до трети операций на небольших складах площадью до 150 кв.м. Робот умеет собирать и расставлять товары, проверять их наличие, передвигаться между стеллажами. Он может работать на складах с самой разной планировкой, двигаться по геометрически сложным маршрутам, по неровному полу, преодолевать небольшие высоты [3].

Таким образом, рынок экспресс-доставки в настоящее время является одним из приоритетных трендов розничной торговли. Использование IT-технологий с целью оптимизации работы сервиса и ускорения доставки товаров является одним из направлений развития экспресс-доставки товаров населению.

Список литературы
1. Тенденции и перспективы развития рынка экспресс-доставок в России: монография //И. Кудряшова, И. Митрофанова, М. Плешакова, А. Фетисова, И. Рябова. – М.: Директ-Медиа, 2022. – 76 с. - URL.: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49185738
2. Экспресс-доставка продуктов: почему она так популярна, какие есть преимущества, недостатки и основные модели работы. - URL.: https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/ekspress-dostavka-produktov-pochemu-ona-tak-populyarna-kakie-est-preimushchestva-nedostatki-i-osnovn/ [1].
3. «Яндекс. Лавка» разрабатывает робота для оптимизации сборки заказов в даркскорах. - URL.: https://new-retail.ru/novosti/retail/yandeks_lavka_razrabatyvaet_robota_dlya_optimizatsii_sborki_zakazov_v_darkstorakh/

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

С.М. Кабакова, Е.Н. Осипова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
kabakova.sofya2003@gmail.com

В данной работе рассматривается вопрос конкурентоспособности туристических услуг и методы их продвижения на рынок г. Новосибирска. Выделены актуальные методы продвижения туристических услуг, такие как сетевой маркетинг, реклама в профильных порталах, социальные сети и другие. Определены основные факторы конкурентоспособности, влияющие на дальнейшие продажи турпакетов.
Ключевые слова: конкурентоспособность, продвижение, туристический продукт, регион, территория.

Цель исследования – рассмотреть методы продвижения туристического продукта на рынок с целью повышения его конкурентоспособности.

Туристический продукт – комплекс мер, работ и услуг, которые предоставляются турагентством отдыхающему лицу для удовлетворения всех его потребностей во время путешествия [1].

Конкурентоспособность – способность превзойти конкурентов, предоставляющих похожие услуги, находясь при этом в одинаковых условиях и следуя общим правилам и принципам [2].

Факторы конкурентоспособности туристического продукта:

1. Физическая составляющая дестинации – территория, природные ресурсы, инфраструктура, культурное богатство. Также к этому фактору относятся погодные условия, которые оказывают значительное влияние на общее впечатление туриста о поездке. Важным является качественное выполнение определённых операций для удовлетворения потребностей отдыхающего: качество управления гостиницей; обслуживание номеров и услуги на территории места отдыха; питание; трансфер; досуговая деятельность.

2. Территория – данный фактор является немаловажным. Анализ территории, где будет предоставляться туристическая услуга, позволяет определить, для какой группы населения тот или иной туристический продукт будет более или менее востребован.

Турагентам следует понимать, что для предоставления услуг лицам с ограниченными возможностями необходимо обратить внимание на следующие моменты: предоставление индивидуального питания, возможность неотложной медицинской помощи, присутствие необходимого оборудования для перемещения и проживания на территории туркомплекса.

В то же время для людей “серебряного возраста” разработаны программы, которые учитывают знания, опыт и физическую подготовку. Стоит отметить, что маршруты разработаны с учётом остановок для отдыха. А всё вышеперечисленное исходит из состояния здоровья и психосоциального статуса туриста.

3. Качество – совокупность свойств туристических услуг, судя по которым можно понять, насколько продукт безопасен для туриста и насколько информация о нём достоверна, а также какого уровня должны быть составляющие турпакета: проживание, транспортировка, питание, экскурсионная деятельность, медстраховка. Следует отметить, что даже при предоставлении этих услуг лицам пожилого возраста или лицам с ОВЗ разработаны национальные стандарты, опираясь на которые продукт становится качественнее и получает одобрение от лица специалистов и общества в целом.

4. Маркетинг и реклама – данный фактор является одним из важнейших в перечне. Важно, чтобы реклама туристического продукта смогла заинтересовать клиента и продемонстрировать все достоинства продукта, а также предоставить максимум необходимой информации за достаточно короткий промежуток времени. У турагентства,

предоставляющего качественную и наполненную рекламу, шанс на привлечение потенциального покупателя повышается в несколько раз.

Метод продвижения – приёмы и инструменты, использующиеся организацией для выявления конкурентоспособности продукта и заинтересованности потребителя в предоставляемом продукте/услуге. При эффективном использовании данных операций происходит приобретение объекта показа.

Современные методы продвижения туристического продукта:

1. Сетевой маркетинг. В Интернете туристический продукт продвигается благодаря новостям, интервью, рекламным баннерам.

2. Реклама на профильных порталах. Основной аудиторией туристических порталов являются профессиональные участники рынка – туроператоры и турагенты. Данные порталы помогают продвижению и поддержанию продукта той или иной туркомпании для его конкурентоспособности.

3. Социальные сети. Необходимо заранее разработать стратегию продвижения в социальных сетях, так как в современном мире они являются неотъемлемой частью ежедневной рутины. Потребители могут узнать о том или ином туристическом продукте посредствам групп, пабликов и интересных для восприятия профилей.

4. Поисковый маркетинг. В современном мире люди всё чаще предпочитают пользоваться поисковыми системами, поскольку таким образом найти интересующий турпродукт намного быстрее и проще. Это позволяет напрямую выходить на турагента, который предоставляет необходимую информацию. Клиент получает исчерпывающие сведения без дополнительных усилий и затрат, за наименьший промежуток времени, чем через личную коммуникацию [3].

5. Рассылка по почте. Как правило, у большинства турагентов имеется постоянный список клиентов, которых они информируют о новых услугах, скидках, горячих путевках и т.д. Данный вид рекламы отличается оперативностью и как правило требует от турагентов незначительного количества времени. Для обратной связи (высказать пожелание; сделать дополнительный запрос) клиент может воспользоваться специальным бланком, который прилагается к письму.

6. Наружная реклама. Это средство достаточно гибкое, имеет относительно низкую стоимость и может охватывать довольно широкую аудиторию. Составляющие наружной рекламы: билборд, брандмауэр, реклама на городском транспорте, ротафиши, электронные табло, бегущая строка.

Таким образом, для успешного адресного продвижения туристического продукта на рынок необходимо учитывать особенность турпродукта и факторы, оказывающие влияние на его конкурентоспособность, а также выбирать оптимальные методы продвижения его на рынок.

Список литературы

1. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) - [https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/] - (дата обращения 10.04.23).
2. Поддержка Новосибирских компаний туристической индустрии - [https://ksonline.ru/465062/kakuyu-podderzhku-mogut-poluchit-novosibirskie-kompanii-turisticheskoj-sfery/] - (дата обращения 08.04.23).
3. Способы продвижения товара: от классических до вариантов на грани эпатажа - [https://sales-generator.ru/blog/sposoby-prodvizheniya-tovara/] - (дата обращения 10.04.23)

ОРГАНИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ КАК ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОГО АССОРТИМЕНТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Д.Р. Кагарманова, Н.С. Белокуренко
Алтайский государственный аграрный университет
belokurenkon@mail.ru

Сегодня все больше людей становятся осознанными потребителями, стремятся к здоровому образу жизни, в том числе через питание. Органические продукты считаются более полезными для здоровья, чем обычные продукты. Однако на рынке продуктов питания существует много подделок и нечестных производителей, которые могут назвать свой продукт органическим, не соответствуя при этом требованиям к органической продукции.

Ключевые слова: органическая продукция, особенности, маркировка, эмблемы, органический статус, потенциал рынка, сертификация.

Органическая продукция – это сложный, многогранный и многоаспектный подход к производству продукции, который ориентирован на сохранение здоровья почвы, лимитации

использования вредных для здоровья человека химических веществ, бережное отношение к окружающей среде и устойчивое развитие аграрного производства [5].

Цель исследования – выявить особенности органической продукции, изучить процесс сертификации органической продукции и перспективы ее развития. Задачи исследования: рассмотреть особенности органической продукции; изучить процесс сертификации органической продукции; определить преимущества и недостатки сертификации для производителей и потребителей; рассмотреть перспективы ее развития.

Особенности органической продукции:

1. Экологическая чистота. Органическая продукция производится без использования синтетических химических веществ, что делает ее экологически чистой и безопасной для здоровья человека и животных.

2. Лучшее качество. Органические продукты обладают более насыщенным вкусом и ароматом, так как растения растут медленнее и естественным путем, а не с помощью химических добавок. Более медленный рост растений также способствует накоплению полезных веществ в продукте.

3. Большая питательность. Органические продукты обладают более высоким содержанием витаминов, минералов и антиоксидантов, чем продукты, выращенные с использованием химических удобрений и пестицидов.

4. Стабильность экосистемы. Производство органических продуктов не нарушает баланс экосистемы, так как не приводит к загрязнению почвы и воды, уничтожению полезных бактерий и насекомых.

5. Снижение риска болезней. Органические продукты не содержат остатков пестицидов и гормонов роста, что снижает риск развития хронических заболеваний, таких как рак и сердечно-сосудистые заболевания [1].

Органическая продукция отличается тем, что она производится с использованием натуральных компонентов и не содержит вредных химических добавок. Производители органической продукции стремятся защитить свои товарные знаки для того, чтобы их продукция отличалась от продукции конкурентов.

Основным отличительным признаком органической продукции для потребителя является маркировка.

Единого логотипа и маркировки органической продукции в мире не существует. Систему маркировки органической продукции можно систематизировать на три основные группы согласно стандартам производства:

1. Общепринятые мировые маркировки. Такими маркировками отмечено не менее 60% всех органических продуктов.

2. Национальные маркировки. У отдельных стран есть собственные маркировки органической продукции. Например, российский единый государственный знак органической продукции - белый листок на зеленом фоне.

3. Маркировки частных крупных объединений производителей органической продукции.

Некоторые примеры органической продукции в России с эмблемами:

1. Ереминские ягоды – производитель органических ягод и фруктов с сертификатом Organic Standard.

2. Кубань-продукт - компания, производящая органические продукты питания, в том числе оливковое масло, мед и овощи. Имеет сертификаты ECOCERT и Organic Standard.

3. Калина Фарм - производитель органических чаев и трав с сертификатами Organic Standard и Demeter.

4. Благодар Raw Food – компания, специализирующаяся на производстве органических смузи, напитков и здоровых снеков. Имеет сертификаты Organic Standard и ECOCERT.

Эти компании (и многие другие) используют на своей упаковке эмблемы, подтверждающие их органический статус и соответствие требованиям высоких стандартов качества [2].

В России рынок экологически безопасной продукции еще только формируется. Россия имеет огромный потенциал развития рынка экологически безопасного и здорового питания, потому что Россия – единственная страна на земном шаре, которая имеет порядка 40% не тронутых техногенной деятельностью территорий.

В результате исследования выяснено, что сертификация органической продукции имеет ряд преимуществ [3].

Во-первых, регистрация знаком "Органик" позволяет защитить права производителей органических продуктов и создать доверие у потребителей в отношении качества и безопасности продукции. Во-вторых, сертификация способствует повышению стандартов качества и безопасности органической продукции в целом, так как производители вынуждены соблюдать определенные требования и проходить процедуры сертификации. В-третьих, регистрация знаком "Органик" может способствовать развитию рынка органической продукции, так как потребители все больше заинтересованы в покупке качественных и безопасных продуктов. В-четвертых, сертификация может быть

полезной для эффективного контроля и надзора над производством и продажей органических продуктов.

Перспективы развития сертификации являются достаточно многообещающими, в связи с увеличивающимся интересом к продукции, полученной из экологически чистых и безопасных источников.

Одна из перспектив развития регистрации знаком "Органик" заключается в увеличении числа регионов, которые могут зарегистрировать свою органическую продукцию под этим знаком. Еще одной перспективой развития сертификации может стать развитие новых технологий и маркетинговых инструментов для лучшей презентации органической продукции на рынке. Например, использование онлайн-платформ для продажи органической продукции и маркировки продукта, предлагающей дополнительную информацию о производителе и процессе производства.

Кроме того, можно ожидать усовершенствования стандартов для органической продукции, более эффективного контроля и надзора за производством и продажей органических продуктов. Это может также способствовать улучшению доверия потребителей к органической продукции в целом. Сертифицированная продукция выступает гарантом качества для потребителя, защищает производителя от недобросовестной конкуренции.

Список литературы

1. Небогатикова, М.Г. Развитие маркетинга органической продукции на рынке России // Бизнес в законе. - 2019. - Т. 10. - № 6.
2. Касаткина, Н.С. Международный опыт регулирования рынка органической продукции // Актуальные проблемы права и управления в современном мире: материалы международной научно-практической конференции. - 2019. - С. 61-64.
3. Колечкина, Е.С. Эффективность регулирования рынка органической продукции в мировой практике // Международный журнал экономических и социальных исследований. - 2019. - Т. 17. - №1.

PR КАК АНТИКРИЗИСНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Е.А. Катина, А.Г. Степанова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
katyakatina2000@mail.ru

В работе рассматриваются вопросы PR-деятельности компаний в условиях кризисных ситуаций. Дана классификация кризисов, этапы их развития и определено влияние на деятельность компаний. В исследовании PR анализируется как антикризисный инструмент, который может помочь компании справиться с трудностями различного рода, что способствует сохранению и упрочнению позиций на рынке.

Ключевые слова: Public relations (PR), кризис, PR в кризисной ситуации.

Целью исследования является определение роли PR в кризисных ситуациях. В современных условиях кризисные ситуации носят более продолжительный и острый характер. В связи с этим компании должны постоянно прорабатывать алгоритмы выхода из кризисов. Public Relations (PR) (с англ. связи с общественностью) является составляющим комплекса маркетинговых коммуникаций и необходим как инструмент антикризисных действий компании. PR в кризисных ситуация – это, прежде всего, комплекс мер по организации коммуникаций по работе с общественным мнением в условиях кризиса.

Кризис в компании бывает спровоцирован влиянием внешних или внутренних факторов, которые привели к изменению критериев работы организации и отрицательно воздействовали на ее репутацию.

Классификацию кризисов можно представить в следующем виде: внешние (законодательные, инфраструктурные, экологические); внутренние (человеческие, организационные, технологические).

Кризис компании может произойти по любой из этих причин, будь то пожар или землетрясение, но зачастую кризис начинается еще задолго до его появления и это нужно учитывать.

Главная ошибка, которую допускает почти каждая компания при возникновении проблемы – это неосознание ситуации.

Ключевым принципом компании в период кризиса должно быть стремление не утаить то, что произошло, а наоборот предоставить СМИ всю реальную информацию, чтобы специалисты смогли разобраться со сложившейся ситуацией. СМИ отвечают за сбор и анализ информации, подготовку материала для прессы, поэтому как бы ни было сложно

компании говорить о своих неприятностях – это нужно сделать. В данной ситуации важна реальная, адекватная оценка масштаба кризиса.

Начальная проблема – это еще не кризис, но если не начать предпринимать какие-либо действия, она может перейти в самый настоящий крах компании. Процесс управления проблемами включает анализ причин появления негативной ситуации и упущений со стороны компании в момент ее возникновения.

Текущая экономическая ситуация диктует новые правила, многие компании переживают сложные времена, но бизнес должен продолжать действовать, находить способы не только удержаться на плаву, но и обеспечить стабильный рост.

Этапы развития кризисной ситуации – возникновение кризиса; отсутствие информации; перенасыщение информационного поля; снижение кризиса; восстановление имиджа и репутации.

Более действенными являются мероприятия, которые применяются за длительное время до реального упадка. К ним относится разработка антикризисной платформы, которая обязана включать в себя определенную информацию. В антикризисной платформе необходимо описать все процедуры, чтобы работники не были в растерянности и понимали, что им делать дальше. В настоящее время компаниям сложно выстраивать взаимоотношения с партнерами и поставщиками из-за нестабильности на рынке, что может привести к сбою процессов внутри организации.

Несмотря на непростую экономическую ситуацию, компании могут находить и использовать возникающие возможности. Так, уход из России зарубежных брендов открыл новые перспективы для российских компаний.

Уменьшение конкуренции дает возможность создавать новые продукты и продвигать их среди потребителей. На данный момент в России недоступен Instagram, прекращена реклама в YouTube, Google, Tik Tok. В то же время, у аудитории есть эффективный ресурс – российские средства массовой информации. Сейчас целесообразно акцентировать внимание именно на этих каналах.

Российские медиа продолжают работать и становятся главными источниками получения информации о наиболее актуальных вопросах в жизни россиян, их востребованность только растет. Важно сохранять контакт со слушателями, так как СМИ – эффективный способ поддерживать коммуникации в обществе [3].

Не следует отказываться от постоянных упоминаний компании, ведь потребители нуждаются в новых товарах и услугах, потребительский спрос на них растет.

Антикризисное управление – важный аспект PR-деятельности, особенно в период острой экономической или политической ситуации. Любая ошибка может привести к резкому росту количества возникающих у организации сложностей.

Избежать этого можно, помня о семи правилах управления коммуникационным кризисом, позволяющих сберечь репутацию в тяжелых условиях: быстрая реакция; ответственность; последовательность действий; уверенность в действиях; охват больших каналов; мониторинг СМИ; работа над репутацией [4].

Часто совершаемые ошибки, которых следует избегать – это необдуманные заявления; безэмоциональность; отсутствие права голоса PR-команды.

Действия, которые важны по выходу из кризиса;

1. четко знать, к чему идет и куда стремится компания;
2. привлекать внимание и участие не только руководства, но и работников, чтобы у каждого был стимул в работе;
3. работать со СМИ;
4. дать высказаться работникам компании;
5. подумать о том, как преподнести заново свою компанию общественности;
6. проводить мониторинг кризиса и в других отраслях и сферах деятельности [1].

Антикризисный PR – это сложный инструмент, который требует высокого профессионализма и большого опыта. Сейчас многие крупные компании создают собственную команду по связям с общественностью или ищут высококвалифицированных партнеров, которые способны взять на себя разрешение трудностей. В текущих условиях такое решение будет самым правильным [2].

В заключение следует отметить, что роль PR как одного из элементов комплекса маркетинговых коммуникаций в кризисных ситуациях является ключевой. Коммуникации будут действенным инструментом, если они осуществляются во взаимодействии со СМИ. PR выступает эффективным инструментом для быстрого реагирования на любые изменения во внутренней и внешней среде компании.

Список литературы

1. Бунтовский, С. Антикризисный пиар [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-sredstv-massovoy-kommunikatsii-na-sovremennoe-obschestvo (дата обращения: 04.04.2023).

2. Лавренчук, Е.Н., Кирпищиков Д.А. PR, как антикризисный инструмент: учеб. пособие / Е.Н. Лавренчук, Д.А. Кирпищиков. – Пермь: 2021. – 162 с.
3. Руденко, А.М., Котлярова, В.В. Воздействие средств массовой коммуникации на современное общество [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-sredstv-massovoy-kommunikatsii-na-sovremennoe-obschestvo (дата обращения: 12.04.2023).
4. Управление рисками: учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 485 с.

ИНКЛЮЗИВНЫЙ ТУРИЗМ И ЕГО СВЯЗЬ С ВОЛОНТЕРСКИМ ДВИЖЕНИЕМ

В.В. Коваленко, Е.Н. Осипова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
d_commer@sibupk.nsk.su

Данная работа посвящена анализу тенденций и особенностей развития безбарьерного туризма в России. Цель данного исследования – выявить особенности развития добровольчества в инклюзивном направлении туризма. Для достижения этой цели решены задачи: уточнен понятийный аппарат инклюзивного туризма и волонтерства, проанализированы перспективы развития волонтерского движения в безбарьерном туризме.
Ключевые слова: безбарьерный туризм, инклюзивный туризм, волонтерский туризм, проект, волонтеры.

Инклюзивный туризм является одним из приоритетных направлений развития туризма в современном мире. Основная задача инклюзивного туризма – предоставлять доступные туристские продукты и услуги каждому человеку независимо от возраста или его физических особенностей. Данный вид туризма призван обеспечить комфортное пребывание на маршруте всех туристов вне зависимости от статуса туриста: это могут быть как дети, так и пожилые люди [1].

В России безбарьерный туризм имеет большое значение, так как в стране живет около 11 миллионов людей с инвалидностью, многие из которых не имели возможности путешествовать ранее из-за отсутствия доступной инфраструктуры. Определенный дискомфорт и в дальнейшем отказ от туристских предложений у данной категории

путешественников вызывает завышенная стоимость оказания туристских услуг. Однако в настоящее время этой проблеме уделяется все больше внимания, привлекаются особые организации для решения данных вопросов.

Волонтерское движение в сфере инклюзивного туризма становится все более актуальным. На основе анализа опыта зарубежных туристических компаний выявлены основные проблемы и необходимые условия для развития добровольчества в инклюзивном туризме России [2].

Волонтерский туризм – это путешествия, которые предполагают участие человека в различных благотворительных мероприятиях. Волонтеры не получают никакой финансовой выгоды от таких поездок, но им дается возможность помогать другим людям, погружаться в местную культуру и наслаждаться природой, в то же время зарабатывая стаж и опыт работы в сфере туризма. Волонтерские программы также способствуют доступности иностранных и местных туристических объектов для людей с ограниченными возможностями.

Организация волонтерских программ для инклюзивного туризма создает новые возможности для участников и их социальной интеграции в туристических сообществах.

Также волонтерское движение в инклюзивном туризме может помочь повысить осведомленность о проблемах людей с ограниченными возможностями и уменьшить стигматизацию.

Государство в рамках поддержки инклюзивного туризма утвердило национальный проект «Содействие в развитии добровольчества инклюзивного направления», который включает в себя комплекс мероприятий, направленных на содействие инклюзивной туристической деятельности. Проект включает комплекс мероприятий, таких как совершение туристических поездок по маршрутам, различные формы обучения, включая беседы, квесты и мастер-классы, которые адаптированы под целевую аудиторию, включая людей с ограниченными возможностями [3].

Участники проекта (волонтеры) проходят специальное обучение, повышают уровень знаний и умений по туризму и туристическим объектам, получают навыки оказания первой медицинской помощи.

Команда, реализующая проект, включает в себя молодых людей с ограниченными возможностями по здоровью, которые научились формировать туристические маршруты и прошли абилитационные этапы, включая туротерапию.

Проект предоставляет доступную среду, используя принцип «разумного приспособления», специализированный транспорт,

оборудование, чтобы минимизировать финансовые затраты целевой группы, обеспечить комфортабельное передвижение людей по маршруту и помочь в различных трудных ситуациях.

Данный проект направлен на развитие социально-инклюзивного туризма в России путем создания новых маршрутов, открытия новых туристических мест и улучшения доступности туристических услуг для граждан, нуждающихся в особой поддержке, а также с целью вызвать интерес к путешествиям, что будет повышать спрос на данный вид туризма.

Россия только начинает исследовать условия, которые могут способствовать развитию волонтерского движения в рамках инклюзивного туризма. Результаты проекта позволят опробовать системный подход к социально-инклюзивному туризму и поддержать внутренний туризм в России, а также предоставить социальную помощь нуждающимся гражданам, позволяя им путешествовать и наслаждаться разнообразием мира. Волонтеры и туристы, участвующие в проекте, получат возможность улучшить качество жизни, узнать новое о мире и расширить свой круг общения.

Список литературы

1. Безбарьерный туризм: критерии и обоснование выбора объектов для инклюзивного тура. Электронный ресурс URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48363182 (дата обращения 22.04.23)
2. Портал Волонтеры культуры. Электронный ресурс URL:https://xn--b1agpccjfbucrelc9ign.xn--p1ai/ (дата обращения 22.04.23)
3. Актуальные тенденции развития безбарьерного туризма в России Электронный ресурс URL:https://nauchkor.ru/ (дата обращения 22.04.23)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЛОДОВОГО СЫРЬЯ В ТЕХНОЛОГИИ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ КАК СПОСОБ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

А.А. Лисовенко, О.А. Гаврина
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
zadoomka@mail.ru

В работе показана возможность расширения ассортимента востребованной группы продовольственной продукции – безалкогольных напитков за счет использования в технологии

экстрактов плодов черноплодной рябины и ягод барбариса. Экстракты рекомендуется получать посредством мацерации растительного сырья при соотношении сырья и растворителя (воды) 1:3 и выдержки при температуре 60±2 ℃ в течение пяти часов. Полученные напитки отличаются оригинальными органолептическими характеристиками, содержат функциональные фенольные соединения и могут стать альтернативой аналогичной импортной продукции
Ключевые слова: безалкогольные напитки, экстракт барбариса, экстракт черноплодной рябины, импортозамещение.

Перспективным направлением в области пищевых производств является трансформация технологий, ориентированных на создание востребованных продуктов питания, являющихся конкурентоспособными среди аналогичной продукции импортного производства. Приоритетным средством данных технологий является использование сырьевых ресурсов отечественного производства.

Безалкогольные напитки – одна из популярных продовольственных групп, употребляемая большинством населения, прежде всего, молодежью. Напитки хорошо утоляют жажду, тонизируют организм, а за счет своих оригинальных вкусовых характеристик приносят удовольствие потребителю. Сегодняшний ассортимент безалкогольных напитков представлен натуральными и «искусственными» напитками отечественного и импортного производства.

Оценивая сырьевые ресурсы Новосибирской области, в частности плодовое (ягодное) сырье, следует отметить их разнообразие и высокую урожайность. В большей степени в нашем регионе из ягодников встречаются клюква, брусника, красная и черная смородина, черника, рябина, облепиха и другие ягоды. Использование различных плодов и ягод в пищевых технологиях достаточно популярно [1-4], поскольку данное сырье ввиду содержания в нем в высоких количествах незаменимых веществ (витаминов, минеральных веществ, фенольных соединений) повышает пищевую ценность продукции на его основе, придает ей функциональность.

Целью исследования являлось апробация плодов ягод барбариса и черноплодной рябины в производстве безалкогольных напитков. Объекты исследования – экстракты барбариса и черноплодной рябины, безалкогольные напитки. Методы – стандартные, используемые при оценке качества безалкогольных напитков.

Поскольку ягодное сырье целесообразнее использовать в технологии напитков в виде экстрактов, настоев или соков, первоначальным этапом исследования являлось получение экстрактов

на основе используемого сырья. Экстракты готовили посредством мацерации – смешивания сырья с водой при гидромодуле 1:3 и настаивания его в течение 5-6 часов. Оптимальной температурой мацерации, позволяющей максимально извлечь из сырья функциональные вещества и сохранить высокие органолептические показатели, являлась 60±2 ℃. На рисунке 1 приведены результаты выхода сухих веществ, в отдельности фенольных соединений, в экстракт в ходе мацерации ягод барбариса и плодов черноплодной рябины.

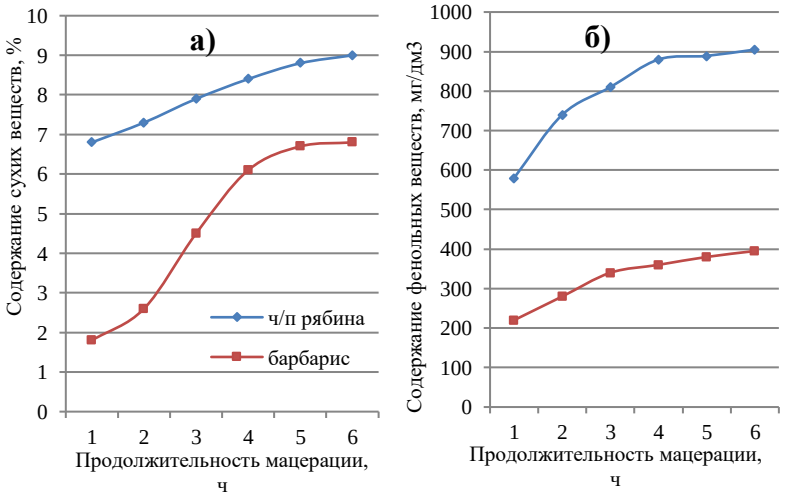


Рисунок 1 – выход веществ в экстракт плодов: а) общего содержания сухих веществ; б) содержания фенольных веществ

Представленные результаты свидетельствуют о необходимости проведения экстрагирования плодового сырья в течение не менее пяти часов, в обратном случае извлечение экстрактивных веществ может быть не достигнуто в полном объеме. Полученные экстракты далее использовали в технологии безалкогольных напитков.

С целью выявления оптимального соотношения воды и экстрактов проводили купажирование минеральной воды ООО «Карачинский источник»: в первом случае – с экстрактом ягод барбариса, во втором – с экстрактом плодов черноплодной рябины. Ягодную составляющую вносили в диапазоне от 10 до 30 % к общему объему напитка. Ключевыми индикаторами установления оптимального соотношения

составных частей являлись органолептические показатели: цвет и внешний вид, аромат, вкус.

В ходе эксперимента отмечено, что с увеличением доли вносимых экстрактов увеличивалась интенсивность цвета напитков, а также более выраженным становился их вкус, свойственный используемым ягодам. При использовании экстракта ягод черноплодной рябины в количестве 30 % от общего объема напитка вкус становился терпким, добавление экстракта ягод барбариса в том же количестве не ухудшало вкусовых характеристик. В связи с этим в технологии безалкогольных напитков рекомендуется использовать данные экстракты в количестве 20 и 30 % соответственно на основе ягод черноплодной рябины и барбариса.

Полученные безалкогольные напитки оценивали по показателям качества, предусмотренным действующим стандартом на данную продукцию. По органолептическим показателям, а также по показателям массовой доли сухих веществ и кислотности все напитки удовлетворяли требованиям нормативного документа.

Таким образом, нами показана возможность расширения ассортимента безалкогольных напитков на российском продовольственном рынке посредством использования в их технологии нового сырья – экстрактов черноплодной рябины и барбариса отечественной сырьевой базы. Полученные напитки могут стать альтернативой присутствующей аналогичной продукции импортного производства. При этом они не только разнообразят ассортимент по вкусовым характеристикам, но и по функциональным свойствам за счет присутствия в них повышенного содержания фенольных соединений.

Список литературы

1. Коваленко, Д.В. Перспективы применения культуры ARONIA MITSCHURÍNII для создания лечебных и профилактических продуктов питания / Д.В. Коваленко // Материалы XV Международной научно-практической конференции молодых ученых «Инновационные тенденции развития российской науки». – Красноярск, 2022. – С. 425-428.

2. Нархова, А.Г. Сохранность биологически активных веществ в компоте из рябины и боярышника / А.Г. Нархова // Агропромышленные технологии Центральной России. – 2021. - № 1 (19). – С. 24-30.

3. Кузьмина, С.С. Сдобное печенье с плодами барбариса / С.С. Кузьмина, К.К. Шемпилева // Материалы международной конференции: Кондитерские изделия XXI века. – Москва, 2019. – С. 114-118.

4. Кох, Ж.А. BERBERIS SIBIRICA PALL. как перспективное сырье для производства ликеров / Ж.А. Кох, Д.А. Кох // Вестник КрасГАУ. – 2017. – № 1 (124). – С. 120-124.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

С.О. Литвинов, С.Д. Говорун, Л.Н. Стребкова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
litvinovso7sem@yandex.ru

С появлением интернета электронная коммерция стала намного дешевле из-за снижения стоимости передачи информации, и появились качественно новые формы коммерческих сделок. Одной из них являются сделки между бизнесом и бизнесом (B2B) и бизнесом и потребителем (B2C), где взаимодействие через веб-браузер является ключевым, а технология EDI либо не используется, либо имеет второстепенное значение.

Ключевые слова: электронная коммерция, веб-браузер, технология EDI, бизнес и бизнес (B2B), бизнес и потребитель (B2C).

Развитие электронной коммерции за последние два десятилетия привело к переходу от частных или закрытых сетевых систем к открытым и публичным сетевым платформам. Электронная коммерция состоит из различных компонентов, которые является частью традиционной модели торговли. Дополнительная гибкость электронных сетей позволяет лучше обрабатывать информацию, может привести к значительной экономии затрат. Экономия затрат, повышение конкурентоспособности и эффективности достигается за счет перестройки существующих бизнес-моделей.

Быстрому росту электронной коммерции способствовало несколько факторов: развитие ИКТ и их интеллектуального потенциала для передачи и обмена данными, а также эволюция национальных моделей производства и потребления.

Онлайн-покупки теперь возможны со смартфона, который каждый носит в кармане. Выбрать и оплатить товар можно всего несколькими щелчками мыши. К покупке онлайн доступны не только продукты питания или одежда, но и программное обеспечение, страховые полисы, билеты на мероприятия и многое другое.

Электронная коммерция – это экономический сектор, который включает в себя все формы онлайн-платежей и электронной коммерции. Преимущество электронной коммерции через интернет заключается в отсутствии ограничений. Такие продавцы, как AliExpress, Amazon, Ozon, Wildberries, а также разработчики электронных приложений распространяют свои товары по всему миру.

Понятие электронной коммерции охватывает электронные онлайн-транзакции (например, покупки, продажи и денежные переводы). Другими словами, электронная коммерция включает в себя все коммерческие и финансовые операции, цепочку бизнес-процессов, происходящих в онлайн-пространстве. Перевести деньги на покупку лекарства для родственника, пожертвовать деньги на помощь бездомным животным – всё это электронная коммерция. Если говорить совсем упрощенно, то она включает в себя все платформы, на которых происходят транзакции в режиме онлайн [1].

Онлайн-торговля в России в целом следует основным мировым тенденциям развития, но есть ряд особенностей, которые отличаются от опыта зарубежных стран. Перечислим наиболее важные из них, отмеченные экспертами и участниками рынка.

1. За рубежом деньги достаточно "дешевы" (низкие кредитные ставки), поэтому иностранные компании могут делать достаточно большие инвестиции на начальном этапе, а в итоге потребители получают готовый и отлаженный продукт. В нашей стране деньги "дорогие", поэтому новые интернет-магазины обычно создаются с минимальными вложениями: узкий охват, минимальный интерфейс сайта и т.д., потому что важно как можно быстрее получить первую прибыль, и только потом думать о развитии и совершенствовании.

2. На Западе рынок онлайн-торговли является в целом зрелым, и потребители часто предпочитают крупных игроков (например, Amazon) при покупке товаров во всех категориях. На российском рынке до сих пор нет явного лидера, поэтому все крупные магазины борются за это звание, например, пытаются создать собственные визуальные продукты с помощью контента. Кроме того, на ведущих рынках интернет-магазины ограничиваются контентом, предоставляемым производителем (таким образом, данные об одном и том же товаре практически одинаковы во всех магазинах), в то время как в России контент товара является средством привлечения пользователей.

3. На зарубежных рынках электронной коммерции существует ряд узкоспециализированных сервисов, охватывающих весь спектр их деятельности. Российская электронная коммерция еще далека от этого,

рынок менее развит, и большинство возникающих проблем (от технических до юридических) приходится решать своими силами.

4. Как правило, зарубежные интернет-магазины сотрудничают со своими поставщиками на основе постоянных и долгосрочных отношений, которые необходимо наладить. В России крупные компании очень часто навязывают условия своим поставщикам, тогда как малые и средние магазины, наоборот, работают в соответствии с условиями своих поставщиков. В то же время в нестабильных экономических условиях и поставщики, и магазины могут внезапно изменить условия сотрудничества.

5. Большая часть товаров из российских магазинов и ПВЗ (пунктов выдачи заказов) осуществляется самовывозом, и оплата обычно производится при получении товара.

6. Онлайн-торговля сверх концентрирована в Москве и крупных городах [2].

Можно сделать вывод о том, что электронная коммерция является неотъемлемым компонентом электронного бизнеса. Электронный бизнес (электронная коммерция) относится к любой форме коммерческой сделки, в которой стороны взаимодействуют электронно, а не посредством физического обмена или прямого физического контакта, что приводит к передаче прав собственности или использования товаров и услуг от одного лица к другому. Онлайн-торговля в России активно развивается и завоевывает потребителей, однако отмечаются возможности для ее дальнейшего совершенствования и роста.

Список литературы

1. Юрасов, А. В. Основы электронной коммерции. Учебник / А.В. Юрасов. - Москва: Высшая школа, 2021. - 500 с.
2. Экслер, Алекс OZON.ru: История успешного интернет-бизнеса в России / Алекс Экслер. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. - 208 с.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

К.С. Мартынова, Н.С. Белокуренко
Алтайский государственный аграрный университет
belokurenkon@mail.ru

Индустрия гостеприимства – один из самых быстро растущих секторов мировой экономики. Наряду с туризмом, индустрия гостеприимства оказывает значительное влияние на такие ключевые секторы экономической деятельности, как торговля, транспортные услуги и услуги общественного питания. Кроме того, она служит движущей силой социально-экономического развития государства.
Ключевые слова: индустрия гостеприимства, подходы, тенденции, концепции, гостиничные операторы, гостиничный бизнес.

Индустрия гостеприимства является движущей силой социально-экономического развития страны. Современная индустрия гостеприимства включает в себя не только туризм, но и другие виды деятельности [1]. Цель исследования – изучить основные тенденции развития гостиничного бизнеса в России и в мировой практике и обобщить направления дальнейшего развития. Задачи исследования: изучение понятия индустрии гостеприимства, изучение международной и российской практик предоставления гостиничных услуг, обозначение путей развития.

Существует несколько теоретических подходов к понятию индустрии гостеприимства, которые отражены на рисунке 1.



Рисунок 1 - Теоретические подходы к понятию индустрии гостеприимства

Исследование мировых тенденций функционирования передовых моделей гостиничных услуг показывает, что эффективное предоставление услуг основывается на стандартах и правилах сертификации. Разработаны национальные подходы к классификации, поддерживаемые правительством или гостиничными ассоциациями.

Элитные международные гостиничные сети (Hilton, Rezidor, Accor), используют в своей работе концепцию "хаб-энд-спик" [2]. Смысл этой концепции в том, что развивающиеся страны, не заключающие соглашений друг с другом, объединяются соглашениями вокруг развитой страны. "Хаб-энд-спик" в гостиничном бизнесе - это концепция создания пятизвездочной гостиницы в крупном туристическом центре и нескольких гостиниц, имеющих класс ниже. Крупнейшие международные гостиничные операторы Северной Америки и Западной Европы сосредотачиваются на развитии роскошных отелей в наиболее густонаселенных городах-центрах стран. В отличие от них местные операторы доминируют в гостиничных сетях эконом-класса (2 и 3*). Предполагается, что в ближайшем будущем рынок отелей 4 и 5* в значимых узловых городах может быть насыщен. Эконом-класс может стать достаточно перспективным для иностранных компаний не только благодаря модели "хаб-энд-спик", но и стратегиям слияний и поглощений имеющихся местных операторов.

Анализ гостиничного бизнеса в Российской Федерации приводит к выводу, что развитие этого сектора стоит в начале пути по сравнению с другими странами [3]. Такая ситуация объясняется следующими факторами: завышенные цены на гостиничные услуги; дефицит трехзвездочных средств размещения для развития делового, образовательного и экскурсионного туризма; старый номерной фонд, который составляет 60% имеющегося номерного фонда старше 30 лет; финансовая и политическая нестабильность в государстве; невысокий уровень наполняемости гостиниц в сельской местности. Также существуют трудности с классификацией гостиниц и других средств размещения в стране; недостаток достоверных национальных статистических данных о состоянии туризма в РФ; недостаточная подготовка персонала, экспертов, работающих в сфере туризма; нехватка кадров младшего и среднего звена; нежелание выпускников вузов занимать должности начального уровня в гостиницах [4].

По оценкам ЮНВТО, к 2025 году Россия войдет в первую десятку стран по количеству туристских прибытий. Ее часть в торге туристических услуг составит 3% (47, 1 млн): на первом месте будет Китай (8, 8%), на втором - США (6, 4%), на третьем - Франция (5, 8%).

Тем не менее темпы роста индустрии путешествий в РФ достигнут своего пика в 2025 году: число путешественников, въезжающих в нашу страну, будет в 1,6 раза превышать количество выбывающих туристов, при этом среднегодовой темп прироста туристов составит 6,9%. Москва станет самым популярным мегаполисом для туристов: в 2025 году город посетят не менее 9,5 миллионов человек [5].

Количество гостиниц и других средств размещения в России постоянно растет, поскольку индустрия гостеприимства обеспечивает гарантированно стабильную прибыль в федеральный бюджет. Как следствие - жесткая конкуренция, при которой менеджерам приходится полагаться на собственные маркетинговые методы. В России передовыми предприятиями гостиничного бизнеса считаются крупнейшие города развитых регионов страны: Санкт-Петербург, Москва, Екатеринбург, Сочи, Казань, Ростов-на-Дону.

В ходе исследования выявлены проблемы, решение которых видится в следующем. Для развития уровня функционирования гостиничной сферы требуется: создание новых гостиничных и туристических продуктов для привлечения возможных потребителей РФ; совершенствование организационно-правовых документов, регламентирующих сферу гостиничного бизнеса; изучение международного опыта; создание и применение маркетинговых стратегий; внедрение научного опыта для повышения рентабельности (радиочастотная идентификация, овербукинг, управление ревю).

Таким образом, за последнее десятилетие гостиничный бизнес в России пережил подъем, однако этот рост не всегда совпадает с повышением уровня обслуживания и качества услуг.

Список литературы

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный Закон РФ от 3 мая 2012 г. № 132 // Рос. газета. 2012. 5 мая.
2. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учебн. пособие. – М.: Академия, 2012. – С. 28.
3. Дручевская, Л. Е. Перспективы и особенности развития гостиничного бизнеса в России // Сервис в России и за рубежом. – 2013. – № 6. – С. 16.
4. Костин К. Б. Проблемы развития туристско-гостиничного бизнеса России и пути их решения // Известия Санкт-Петербургского государственного университета. – 2013. – № 4. – С. 61.
5. Орлова Д. И. Основные тенденции развития индустрии гостеприимства в России // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2015. – № 49. – С. 41.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЛНОГО ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В АПК – СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ВЕКТОР ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ

Д.А. Медведский, О.Н. Мороз
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
ksenijasib@mail.ru

Перспективы проведения политики полного импортозамещения в АПК продолжают оставаться стратегически важным направлением в развитии экономики России, поскольку это тесно связано с наличием определенных видов импорта продовольствия, угрожающим продовольственной безопасности страны. Оценена реализация механизма внедрения импортозамещения в АПК, определены перспективы устойчивого развития АПК в новых реалиях.
Ключевые слова: агропромышленный комплекс, продовольственная безопасность, полное импортозамещение, государственная поддержка, направления развития импортозамещения.

АПК России в новых реалиях выступает драйвером развития национальной экономики, обеспечивающим продовольственную безопасность сельских территорий России. Значимость агросектора будет только возрастать, что обусловливает актуальность данного исследования. Объектом исследования является политика импортозамещения в АПК России.

Перспективными направлениями развития политики импортозамещения в АПК выступят: нормативно-правовые изменения; формирование инфраструктуры сельхозпроизводства, одновременно способствующей созданию кластеров, технопарков, транспортно-логистических комплексов, бизнес-инкубаторов и особых экономических зон в АПК; финансирование национальных программ развития АПК в виде льготного кредитования, субсидирования и грантовой политики.

Устойчивое развитие импортозамещения в России требует практического использования бюджетных расходов всех уровней на основе экономического, социального и экологического подходов. Министерство сельского хозяйства РФ объявило, что в 2023 году государственная поддержка АПК увеличится до 445,8 млрд. рублей и будет направлена на реализацию трех госпрограмм. Целью этих

программ является проведение политики импортозамещения и комплексное развитие АПК и сельских территорий [4].

Одной из актуальнейших научных тем нового времени является развитие отечественной собственной семеноводческой базы. По оценкам экспертов, доля импортных семян в российском растениеводстве составляет: для кукурузы порядка 55%, для картофеля – 65%, для подсолнечника – 73%, для овощей – более 80%, а для сахарной свеклы – 97%. Что касается пшеницы, то в этом плане Россия добилась значительного прогресса: доля семян отечественного производства достигла отметки в 95%. Также отсутствуют решение проблем с семенами гречихи и риса. Анализируя пороговые значения Доктрины продовольственной безопасности выявлено, что они достигнуты по зерновым культурам, сахару, растительному маслу, рыбе и мясу. При этом Россия остается импортозависимой во многих сферах, что непосредственно влияет на насыщение продовольственного рынка внутреннего пользования. Существуют проблемы с отечественным производством семян основных сельскохозяйственных культур, разведением птиц и животных, некоторыми видами сельскохозяйственной техники, кормов и ветеринарных препаратов.

С 2020 года практически половина ведущих агрокомпаний России инвестируют в семеноводство, проектируют исследовательские центры и развивают экспериментальные площадки. В 2022 году компания «Мираторг» инвестировала 847 млн. рублей в Курской области для строительства селекционно-семеноводческого центра с годовой производственной мощностью 27,4 тыс. тонн в год [3].

В животноводстве сохраняется высокая зависимость от импорта иностранного генетического материала. Наибольшая фактическая зависимость присуща для интенсивного промышленного птицеводства и свиноводства. Для развития производства отечественного птицеводства необходимо поддерживать разработку готовых решений для массового скрещивания и стабильности получаемого генетического фонда, а также создавать совместные предприятия с турецкими и аргентинскими поставщиками, являющимися племенными репродукторами. В качестве решения проблем в свиноводстве эксперты предлагают ввести программу контроля качества текущих стад и удаления из стада худших по производительности и генетике животных [1].

Острой темой импортозамещения является производство отечественной сельскохозяйственной техники. Во время пандемии глобальные сбои в цепочке поставок и остановка производства вдвое сократили поставки чипов и микрочипов иностранного производства,

которые существенно необходимы для инновационной сельхозтехники зарубежного типа. Из-за санкций и сокращения производства в странах ЕС и США поставки критически важной сельхозтехники будет продолжать сокращаться. В то же время крупные зарубежные компании-производители будут поставлять технику и оборудование на рынок внутреннего пользования, но в Россию – по принципу «остатка».

Можно сделать вывод, что отечественному АПК необходимо как опреативно наладить производство в секторах экономики, связанных с сельскохозяйственным производством, к примеру, промышленное станкостроение для пищевой промышленности (доля импорта – более 50%), легкая промышленность (доля импорта – 70-90%), машиностроение для пищевой промышленности (доля импорта – 60-80%), и, безусловно, сельскохозяйственное машиностроение.

Большая доля крупных агрокомпаний заинтересованы во внедрении AgroTech в российский агропромышленный сектор, главным образом для создания новых точек роста. Однако менее 45% аграриев России освоили технологические инструменты Индустрии 4.0, значительно отставая от развитых стран за рубежом. Например, лишь 5% отечественных предприятий АПК используют технологию точечного земледелия и менее 0,05% – инструменты IoT. Из полностью завершенных и рекомендованных к внедрению научно-технических разработок лишь 2-3% внедряются на ограниченных территориях, а 4-5% применяются только в одном-двух хозяйствах, не более.

Исследование показывает, что в ближайшей перспективе движущей силой ускорения импортозамещения в аграрном секторе будет обесценивание валютного курса рубля по отношению к иностранным валютам и изменение в потреблении россиян. Поскольку цены на импортную продукцию возрастут, спрос на отечественные товары в значительной степени увеличится. В частности, наивысший уровень ускорения и устойчивого развития АПК получит производство сырого молока, так как там доля импорта составляет 20%.

Безусловно, сохраняется огромное количество вызовов продовольственной безопасности России. Это и задача налаживания стабильных поставок упаковочных материалов, и решение трудностей в связи с ограничением в поставках оборудования и ингредиентов. Наблюдаем ослабление спроса на современные молочные категории и рост спроса на традиционные категории молочных продуктов. Именно поддержка внутреннего спроса может стать в будущем году одной из самых необходимых и самых эффективных оперативных мер для стимуляции дальнейшего устойчивого развития всех секторов промышленности и сельского хозяйства России.

Список литературы
1. Узбекова, А. Господдержка АПК в 2023 году будет расширена // Российская газета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rg.ru/2022/12/30/gospodderzhka-apk-v-2023-godu-budet-rasshirena.html?ysclid=lguwo69zga216009219.
2. Российская академия народного хозяйства и государственной службы: РАНХиГС / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ranepa.ru/.
3. Высшая школа экономики: ВШЭ / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.hse.ru/.
4. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации: Минсельхоз России / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mcx.gov.ru/.

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ РИТЕЙЛА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Д. Мячина, Т. В. Плотникова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
myachina2002@inbox.ru

В работе рассмотрена возможность и перспективы продажи товаров в социальных сетях как один из современных трендов развития розничной торговли, что определяет актуальность исследования. Цель работы – проанализировать современные способы продвижения ритейла в социальных сетях. По результатам исследования предложены направления развития данного сервиса онлайн-продаж.
Ключевые слова: ритейл, онлайн-продажи, социальные сети.

В настоящее время, когда с российского рынка ушли западные бренды, для ритейла стали недоступными привычные и эффективные рекламные инструменты, такие как иностранные социальные сети. Это привело к необходимости их замены, поиска новых возможностей привлечения целевой аудитории, использования других социальных сетей с целью увеличения продаж.

Наиболее доступными российскими социальными сетями для ритейла являются ВКонтакте и Telegram.

ВКонтакте – самая эффективная площадка для ритейла. Она подходит для малого, среднего и крупного бизнеса, для B2B и B2C, для крупных городов и регионов, для федеральных и локальных компаний. Данная сеть имеет широкий инструментарий: встроенную маркет-платформу, возможность добавить в аккаунт товары с фотографиями и описаниями, ставить ссылки на товары в постах.

Telegram — это не социальная сеть, а мессенджер, но он оптимален для дистрибуции экспертного контента и автоматизации работы с клиентами при помощи чат-ботов. Также в Telegram есть чаты, где можно собирать аудиторию и решать различные коммуникационные задачи.

Основной особенностью продвижения ритейла в соцсетях является то, что продавать товары пользователям соцсетей намного сложнее, чем тем, кто ищет предложения на маркетплейсах или делает запрос на товар в поисковике. Для повышения эффективности продаж в социальных сетях необходимо собирать аудиторию и работать с ней.

Многие ритейлеры используют стратегию, основанную на фреймворке AARRR [2]. AARRR (Acquisition Activation Retention Referral Revenue) – это фреймворк маркетинговой воронки из пяти метрик, которая увеличивает два жизненно важных для бизнеса показателя: количество активных клиентов и прибыль.

На каждом этапе воронки AARRR может использоваться тот или иной контент. Рассмотрим поэтапно, какие виды контента могут быть использованы.

Acquisition (этап привлечения) – на стадии привлечения важно понять, как пользователи узнают о продукте или компании, а также определить портрет аудитории и каналы для ее привлечения. На этом этапе количество аудитории можно увеличить с помощью конкурсов, акций, бонусов для новых подписчиков, полезного контента.

Activation и Retention (этапы активации и удержания) - пользователь осознает ценность продукта и решает, остаться или пройти мимо. Удержание заключается в мотивации клиентов возвращаться к продукту снова и снова. На этом этапе важно публиковать отзывы клиентов, инструкции, делать публикации-описания продуктов.

На этапе Revenue (этап «желание заплатить») – следует публиковать контент, рассказывающий о конкретных товарах и услугах, описывающий условия покупки, доставки, помогающий сделать выбор в пользу данного товара.

Для этапа Referral (этап «желание рекомендовать») – важно использовать комьюнити-контент, который стимулирует покупателей делиться своими впечатлениями о вашем продукте с другими

пользователями в соцсетях, а также совершать повторные покупки: это пользовательские опросы, тесты, игры, конкурсы.

Наиболее важные этапы – активация и удержание. Пользователя необходимо мотивировать остаться в аккаунте бренда и проявлять активность, чтобы он видел посты в ленте.

Рассылки особенно актуальны для ритейлеров с высокой возвращаемостью клиентов, прибыльность которых, в первую очередь, зависит от среднего чека и количества покупок в месяц в среднем на одного клиента: это FMCG, аптеки, продуктовый ритейл и т.д. Также это актуально для продажи одежды/обуви, товаров для дома, детских товаров, которые люди покупают не постоянно, но достаточно часто: минимум несколько раз в год.

Прогревающая рассылка позволяет добиться повышения лояльности аудитории, чтобы потребители каждый раз, когда у них возникает потребность в покупке определенной группы товаров, старались выбрать ваш магазин среди подобных.

Работа в социальных сетях так же актуальна для ритейла, который большую часть продаж осуществляет офлайн: FMCG, продукты, аптеки, а также большое количество непродовольственных товаров, таких как мебель, автомобили и прочее. В данном случае почти 90% пользователей предпочитают делать покупки офлайн, больше половины опрошенных следит за акциями через социальные сети, и публикации влияют на их выбор. Пользователей социальных сетей целесообразно собирать в рассылку и работать над их лояльностью: добиваться того, чтобы потребители регулярно возвращались за покупками.

В Telegram функционируют чат-боты, в которых можно собирать аудиторию. С помощью чат-ботов можно решать различные коммуникационные задачи бизнеса [1]:

– работать с лояльной аудиторией и увеличивать продажи, например, в формате закрытого клуба;

– обрабатывать заказы и делать оповещения пользователей об отправке заказа, поступлении в пункт выдачи и т.д.;

– выдавать трек-номер для отслеживания заказа и рассылать другую важную информацию;

– отвечать на типовые вопросы пользователей, чтобы снизить нагрузку на отдел продаж;

– оповещать об акциях и специальных предложениях.

В социальных сетях, так же как и в других каналах продаж, важным фактором для ритейлеров являются скидки и акции.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что в 2022 году наблюдается увеличение объёма русскоязычного контента

Telegram и ВКонтакте, растет количество и активность пользователей социальных сетей [3]. Данные каналы могут быть использованы для продвижения и успешной реализации товаров, ритейлерам необходимо постоянно присутствовать и позиционировать себя в актуальных социальных сетях.

Список литературы

1. Бурденко, Е.В., Путин, М.А. Проблемы и тенденции развития интернет-торговли в социальных сетях // Экономическое развитие в XXI веке: тенденции, вызовы, перспективы. Сборник научных трудов VII Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 21 мая 2020 г. с.127-130.
2. Козлов, Д.Р. Интернет-торговля в социальных сетях // Образование и наука в России и за рубежом, 2018. – № 8 (Vol. 43). – URL: https://www.gyrnal.ru/statyi/ru/595/ (дата обращения: 26.04.2023).
3. Табашникова, К. С. Социальные сети как инструмент продвижения бизнеса на территории Российской Федерации в реалиях 2023 года / К. С. Табашникова, А. А. Яговцева. - // Молодой ученый. - 2023. - № 4 (451). - С. 436-438. - URL: https://moluch.ru/archive/451/99462/ (дата обращения: 26.04.2023).

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ КАК ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Н.А. Нгуен, В.И. Чистякова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
Ngyen.ngocanh99@gmail.com

В работе предлагается внедрение интернет-торговли как направления инновационного развития коммерческой организации. Методы организации интернет-торговли рассматриваются как институциональные (управленческие) инновации. Выявлены сильные и слабые стороны компании, разработаны рекомендации по повышению эффективности деятельности компании на основе внедрения интернет–торговли, разработки собственного сайта.

Ключевые слова: интернет-торговля, коммерческая деятельность, инновации институциональные, эффективность деятельности.

Актуальность организации торговли с использованием интернет-ресурсов подтверждается предпочтениями потребителей товаров и услуг, а также данными исследований. В 2021 году РБК провели исследование российских пользователей интернет-сайтов для совершения покупок. Результаты показали, что число пользователей, делающих заказы в интернет-магазинах одежды, обуви и аксессуаров, выросло с 32,8 до 36,3 млн. человек [1].

Выявлено, что онлайн-продажи одежды, обуви и аксессуаров в России занимают 12,7 % от общего объёма продаж. В 2020 году в связи с пандемией отмечен большой рост интернет-продаж, которые достигли 470,4 млрд. руб.. В 2021 году объем fashion-сегмента рынка в России составил 648,7 млрд. руб., что на 39 % больше уровня 2020 года. Подтвердили рост продаж в 2021 году и крупные компании онлайн-продаж – Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, СберМегаМаркет и другие.

Wildberries представил данные о росте продаж, которые составили 55% по итогу 2021 года. Компания также отметила, что именно fashion-индустрия занимает лидирующее положение по сравнению с другими категориями по объёму продаж [2].

Проблема развития интернет-торговли исследуется в работах А.Е. Пискунова, Д.Р. Бабаевой, А.В. Воронкова, Н.Т. Каримовой и др. Авторы отмечают, что триггером процесса цифровизации торговли можно назвать пандемию 2019 года.

Цель исследования – совершенствование организации торговли в ООО «ВИВАТ» на основе инноваций в развитии интернет-торговли.

Предмет исследования – методы организации интернет-торговли.

Объектом исследования являются институциональные (управленческие) инновации как реализованные новые методы организации интернет-торговли.

Новизна результатов исследования заключается в рассмотрении методов организации интернет-торговли как институциональных инноваций.

Сфера деятельности исследуемой организации ООО «ВИВАТ» – производство и оптовая продажа мужской, женской и детской обуви собственного производства, а также известных торговых марок. Компания работает в Новосибирске с торговыми центрами Восток и Радуга. В результате анализа деятельности организации выявлены слабые стороны: высокая себестоимость товаров собственного производства, низкая рентабельность продаж, неэффективная система мотивации персонала. Не разработан канал розничной торговли. Продажа товаров осуществляется оптом через посредников – розничные магазины и торговые сети, причем зачастую не на

выгодных условиях. Отсутствует политика продвижения товара через официальный сайт, не разработана страница в соцсетях. В организации недостаточно финансовых ресурсов для участия в крупных рекламных компаниях.

Однако имеются возможности внешней среды: предоставление льгот и субсидий со стороны государства для развития бизнеса, расширение ассортимента товаров и услуг за счёт внедрения интернет-продаж и создания сайта. Создание веб-страницы в Интернете в настоящих условиях становится первостепенной необходимостью, что с высокой вероятностью увеличит клиентопоток. Эти направления деятельности являются для компании инновационными.

Понятие «инновация» раскрывается с позиций нескольких подходов: 1) конечный результат внедрения новшества с целью получения полезного эффекта; 2) конечный результат инновационной деятельности в виде нового или усовершенствованного продукта или технологии; 3) новшество, внедренное в производство и доведенное до потребителя.

Федеральный закон дополняет эти определения важной характеристикой – это «новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях» [4]. Это определение характеризует институциональные (управленческие) инновации, которые представляют собой реализованные новые методы ведения бизнеса, организации рабочих мест, внешних связей. Именно в этом виде инновации рекомендованы для применения в ООО «ВИВАТ» с целью повышения эффективности деятельности, конкурентоспособности и финансовой устойчивости.

Для повышения эффективности деятельности автор рекомендует создание собственного сайта и внедрение интернет-продаж. Создание сайта можно провести с помощью специалистов данной сферы. Так, компания Megagroup.ru предлагает свои услуги по индивидуальному составлению алгоритмов сайта, также на их официальном сайте с помощью встроенного калькулятора можно посчитать стоимость услуги по своим предпочтениям и оставить заявку на связь со специалистом, выбрав дополнительные условия подключения 1С и др. [3]

Для организации интернет-торговли необходимо осуществление комплекса мероприятий, включающего самые необходимые действия для открытия интернет-продаж. Ответственными лицами являются директор предприятия, специалист по продажам и бухгалтер. Оформление и регистрация домена – основной этап начала интернет-

продаж. Необходимо создать доменное имя, выяснить свободно ли оно и не нарушает ли товарный знак другой компании. Следующим шагом является выбор регистратора и подача заявки на их сайте. Если представленные данные будут верны, то домен оформят со сроком действия на год, далее оплата будет списываться с предоставленного счёта.

Таким образом, внедрение интернет-торговли открывает дополнительные возможности для предприятия и при правильной организации процесса позволяет повышать эффективность коммерческой деятельности.

Список литературы

1. РБК. Исследования рынков – новостной портал [Электронный ресурс]. - URL: https://marketing.rbc.ru/articles/10127 (Дата обращения: 31.03.2022).
2. РБК Компании. Wildberries сообщил о росте продаж предпринимателей на 55% в 2021 году [Электронный ресурс]. - URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/620495219a7947386e3e21fc (Дата обращения: 31.03.2022).
3. Megagroup.ru [Электронный ресурс]. - URL: https://promo.megagroup.ru/sozdaniye (Дата обращения: 06.05.2022)
4. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. N 127-ФЗ “О науке и государственной научно-технической политике” (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/

ПЕРСПЕТИВЫ РАЗРАБОТКИ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО БИСКВИТНОГО ПОЛУФАБРИКАТА НА ОСНОВЕ МУКИ ИЗ ЗЕЛЕНОГО БАНАНА

В. Н. Пенягина, Н.О. Лапина
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
Natalenal@yanex.ru

В работе рассматривается перспектива замены 100% пшеничной муки в бисквитном тесте на муку из зеленого банана с целью разработки безглютенового бисквитного полуфабриката. Проанализирована целесообразность разработки безглютеновго бисквита. Изучена пищевая ценность муки из зеленого банана. Проанализированы литературные данные по теме исследования.

Ключевые слова: бисквитный полуфабрикат, мука из зеленого банана.

В настоящее время мировые тенденции в области питания стимулируют к разработке ассортимента продуктов специализированного назначения, ориентированных на профилактику алиментарнозависимых заболеваний [2]. В числе таких заболеваний целиакия – хроническое заболевание, характеризующееся повреждением слизистой оболочки тонкого кишечника глютеном. Кроме того, существует и такая форма непереносимости, как аллергия на глютен. Так как глютен содержится в пшенице, являющейся основным сырьем для производства большинства кондитерских изделий, люди, страдающие той или иной формой непереносимости глютена, могут испытывать трудности с выбором безопасного для них продукта.

Целью исследования стала оценка перспектив разработки бисквитного полуфабриката на основе муки из зеленого банана.

Согласно цели были поставлены следующие задачи.

- оценить востребованность безглютеновых кондитерских изделий на рынке;
- изучить химический состав муки из зеленого банана;
- провести сравнение муки из зеленого банана и пшеничной муки высшего сорта.

В качестве объекта исследования использована мука из зеленого банана бренда GR.YADKA (декларация о соответствии ЕАЭС N RU Д-RU.PA02.B.07471/23), мука пшеничная высшего сорта ГОСТ Р 52189-2003.

Согласно исследованию, проведенному в 2022 году группой специалистов национального исследовательского университета ИТМО, 63% опрошенных потребителей покупают безглютеновую продукцию 1–2 раза в месяц, а 20% - регулярно, причем особой популярностью среди приобретаемых продуктов пользуются кондитерские изделия [1]. Несмотря на то, что основными потребителями безглютеновой продукции являются люди с непереносимостью глютена, в ней так же заинтересованы потребители, решившие добровольно отказаться от употребления глютена.

Хотя на отечественном рынке представлено большое разнообразие безглютеновой продукции, следует отметить, что большинство изделий изготовлено с использованием рисовой или кукурузной муки в сочетании с крахмалом.

В таблице 1 представлено сравнение пищевой ценности муки из зеленого банана и пшеничной муки высшего сорта.

Таблица 1 – Пищевая ценность муки из зеленого банана и пшеничной муки высшего сорта

	Содержание пищевых веществ на 100 г продукта, г.	
	Мука пшеничная высшего сорта	Мука из зеленого банана
Белки	3,73	10,8
Жиры	0,87	1,3
Углеводы	77,03	69,8
Пищевые волокна	3,2	3,5
Вода	12	14

Таким образом, видно, что мука из зеленого банана близка к пшеничной муке высшего сорта по содержанию пищевых волокон, содержит меньше белка и жиров, но больше углеводов [4].

Так как безглютеновые изделия востребованы на рынке, разработку бисквитного полуфабриката на основе муки из зеленого банана, не содержащей глютена можно считать перспективной. Мука из зеленого банана существенно уступает пшеничной муке высшего сорта в содержании белков, поэтому возможность 100% замены пшеничной муки на муку из зеленого банана требует дополнительных исследований.

Список литературы

1. Иващенко, Я.С. Анализ тенденций рынка и изучение спроса на функциональную безглютеновую продукцию/ Я.С. Иващенко, Е.Р. Осипова, О.Ю. Орлова, Ю.С. Бойцова - Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и Экологический менеджмент» № 3 - 2022 – С. 89-96.
2. Ким, М. Н. Тенденции развития алиментарно-зависимых заболеваний и роль функциональных продуктов в профилактике заболеваний / М. Н. Ким - Евразийский Союз Ученых (ЕСУ) Технические науки # 1 (22) - 2016 - с 65 – 68.
3. Сборник рецептур мучных, кондитерских и булочных изделий / под ред. Д-ра эконом. наук А. В. Павлова - СПБ.: Профи, 2016 – 296 с.

4. Химический состав российских пищевых продуктов: Справочник / Под ред. член-корр. МАИ, проф. И. М. Скурихина и академика РАМН, проф. В. А. Тутельяна. - М.: ДеЛи принт, 2002. - 236 с.
5. Salazar D. Physico-chemical properties and filmogenic aptitude for edible packaging of Ecuadorian discard green banana flours/ D. Salazar, M. Arancibia, D. Lalaleo, R. Rodríguez-Maecker, M. Elvira López-Caballero, M. Pilar Montero - Food Hydrocolloids V. 122 – 2022.

ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ЦЕЛЬНОГО ПИТЬЕВОГО ПАСТЕРИЗОВАННОГО МОЛОКА

Е.П. Плякина, А.Н. Табаторович
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
nadezda.1981p@gmail.com

Представлены результаты идентификации и оценки качества 4-х образцов цельного питьевого пастеризованного молока наименования «Отборное» разных торговых марок. Проведена оценка маркировки потребительской тары, определена фактическая масса нетто молока. На анализаторе «Клевер» проведена идентификация состава образцов молока по показателям: массовая доля жира, белка, СОМО и плотность. Установлено, что ни один из образцов полностью не соответствует цельному молоку, выявлена качественная и информационная фальсификация.
Ключевые слова: питьевое цельное пастеризованное молоко «Отборное», идентификация состава, оценка качества.

Высокий уровень конкуренции на молочном рынке заставляет изготовителей выпускать новые разновидности и наименования продукции, включая модификации по типу упаковки, жирности, составу наполнителей, добавляя функциональные ингредиенты.

Одним из трендов последних 10-15 лет в сегменте питьевого молока явилось производство цельного, то есть ненормализованного молока. В советское время молоко производилось только нормализованное по жиру. Рост спроса на цельное молоко отмечался с каждым годом, молоко отличалось натуральностью, приятным сливочным привкусом, характерным для триглицеридов молочного жира. Цельное питьевое молоко у изготовителей получило наименование «Отборное».

Вместе с тем на фоне увеличения цен на сырое молоко, затрат на переработку и другие факторы, ряд изготовителей стали прибегать к фальсификациям цельного молока. В числе методов фальсификации: применение сухого молока, частичная замена молочного жира жирами немолочного происхождения, разбавление обезжиренным молоком. Данная проблема достаточно актуальна и подтверждается регулярно проводимыми мониторингами Роскачества [1].

Целью исследования явилось проведение сравнительной оценки качества цельного питьевого пастеризованного молока торгового наименования «Отборное», представленного в ассортименте розничных торговых предприятий г. Новосибирска.

Объектами исследования являлись 4 образца питьевого молока «Отборное» в ПЭТ-таре следующих торговых марок:

– образец №1: ТМ «Простоквашино», изготовитель филиал АО «Данон Россия», г. Кемерово, номинальная масса нетто 950 г (ТУ);

– образец №2: ТМ «Коровкино», изготовитель АО «Барнаульский молочный комбинат», г. Барнаул, номинальная масса нетто 850 г (ГОСТ 31450-2013);

– образец №3: ТМ «Лакт»» изготовитель АО «Барнаульский молочный комбинат», г. Барнаул, номинальная масса нетто 850 г (ГОСТ 31450-2013);

– образец №4: ТМ «Домик в деревне», изготовитель АО «ВБД», г. Уфа, номинальная масса нетто 930 г (ТУ).

Наименьший срок годности был отмечен в образцах № 2 и № 3–10 суток, в образце № 1 и № 4 – 16 суток и 21 сутки соответственно.

Оценка полноты маркировки во всех образцах выявила соответствие обязательной информации требованиям ТР ТС 022/2011 и ТР ТС 033/2013. В информации о составе указано, что молоко цельное. В соответствии с рекомендациями ст. 86 ТР ТС 033/2013 минимальное значение массовой доли жира в маркировке образцов не указано, а приведены диапазонные значения жирности от 3,4 (3,5) % до 4,5% [2].

Отклонений по массе нетто сверх установленных нормативов по ГОСТ 8.579-2019 не было установлено.

Несмотря на то, что образцы № 1 и № 4 были изготовлены по ТУ, определение показателей качества проводили согласно ГОСТ 31450-2013 «Молоко питьевое. Технические условия» [3]. Кислотность определяли методом визуального титрования 0,1 н раствором NaOH с индикатором фенолфталеином, массовую долю жира белка, СОМО и плотность в одном определении – на аттестованном анализаторе молока «Клевер».

Результаты определения массовой доли жира и белка образцов молока представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Массовая доля жира и белка в образцах молока

Образец молока	Массовая доля, %			
	жира		белка	
	факт	номинал	факт.	по ГОСТ 31450-2013
Простоквашино (№1)	3,55	3,4–4,5	**2,67 (!)**	не менее 3,0
Коровкино (№2)	**3,02 (!)**	3,5–4,5	**2,51 (!)**	
Лакт (№3)	**3,12 (!)**	3,5–4,5	**2,77 (!)**	
Домик в деревне (№4)	4,15	3,4–4,5	**2,68 (!)**	

Результаты определения сухого обезжиренного остатка (СОМО) и плотности образцов молока представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты определения СОМО и плотности в молоке

	Плотность, кг/м^3		СОМО, %	
	факт	по ГОСТ 31450*****, не менее	факт.	по ГОСТ 31450, не менее
Простоквашино (№1)	**1,0253 (!)**	1,027	**7,59 (!)**	8,2
Коровкино (№2)	**1,0248 (!)**		**7,33 (!)**	
Лакт (№3)	**1,0260 (!)**		**7,67 (!)**	
Домик в деревне (№4)	**1,0251 (!)**		**7,66 (!)**	

***** для молока жирностью 2,7-4,5%

Рассчитанная титруемая кислотность (в градусах Тернера) в образцах молока составила: 15,0 (№1 ТМ «Простоквашино» и №3 ТМ «Лакт»); 16,0 (№4 ТМ «Домик в деревне»); 17,0 (№2 ТМ «Лакт»).

По итогам исследования органолептических показателей можно идентифицировать все образцы как питьевое молоко.

По внешнему виду, цвету и консистенции наблюдалось полное соответствие образцов требованиям ГОСТ 31450: непрозрачная жидкость белого цвета, в образце №4 – с чуть кремоватым оттенком. Консистенция жидкая, однородная. Отсутствие в молоке хлопьев белка и комочков жира свидетельствует о качественной гомогенизации. Что касается оценки вкуса и запаха, то выраженный сливочный привкус,

свойственный цельному молоку, был отмечен только в образце № 4, в образце № 2 ТМ «Коровкино» – вкус пустой, водянистый, что также может говорить о восстановленном молоке. Посторонних привкусов и запахов не было отмечено, более сладковатый привкус (допускается ГОСТ) экспертами был отмечен в образцах № 3 и № 4.

На основании данных таблиц №1 и №2 можно заключить, что по всем показателям ни один из образцов питьевого пастеризованного цельного молока не соответствует определению. Соответствие по жирности наблюдалось только у 2-х образцов - ТМ «Простоквашино» и ТМ «Домик в деревне». Можно заключить, что состав всех образцов в определенной степени был скорректирован обезжиренным молоком, так как СОМО и связанная с ним плотность оказались ниже нижней границы норматива. Результаты подтвердили проблему качества питьевого молока. Несовершенство методик определения сухого молока в питьевом молоке, сложность определения аутентичности состава молочного жира (дорогостоящий метод ВЭЖХ) позволяют изготовителям применять качественную и информационную фальсификацию цельного молока [4].

Список литературы

1. Комин, А.Э., Ким И.Н., Бородин, И.И. О распространенных способах фальсификации молочных продуктов [Электронный ресурс] – URL: https://milklife.ru/publication/7841.html (дата обращения 17 апреля 2023 г)
2. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции» (ТР ТС 033/2013).– Введ. 2014-05-01 [Электронный ресурс]– URL: https: // www. base.garant.ru (дата обращения 17 апреля 2023 г)
3. ГОСТ 31450-2013. Молоко питьевое. Технические условия.– Введ. 2014-07-01. – Москва: Стандартинформ, 2013. – 9 с.
4. Определение сухого молока в питьевом [Электронный ресурс]– URL: https://moloprom.ru/2018/12/opredelenie-suhogo-moloka-v-pit-evom (дата обращения 18 апреля 2023 г)

ОРГАНИЗАЦИЯ ПИТАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

О.Е. Попова, Н.С. Белокуренко
Алтайский государственный аграрный университет
belokurenkon@mail.ru

Сервисная экономика является одной из основных и наиболее динамично развивающихся составляющих современной экономики, объединяя в себе множество видов услуг и способствуя возникновению новых видов деловой активности и областей занятости. Индустрия гостеприимства традиционно является важнейшей компонентой сервисной экономики, однако лишь недавно привлекла внимание исследователей как самостоятельный объект научного исследования.
Ключевые слова: гостиничный бизнес, обслуживание, формы питания, варианты проживания, досуг.

В настоящее время гостиничный бизнес стал весьма конкурентоспособным, но он продолжает быстро развиваться, являясь многообещающей отраслью, способной приносить многомиллионные доходы.

Цель исследования – изучить и обобщить проблемы в сфере гостиничного бизнеса и обозначить пути развития. Задачи исследования: изучить проблемы гостиничного бизнеса, в частности в вопросах организации питания, обозначить пути дальнейшего развития.

Получение прибыли является основной целью гостиничного бизнеса, которая зависит от качества и количества предоставляемых услуг [1]. Каждая гостиничная компания стремится расширить свой ассортимент услуг, чтобы быть более конкурентоспособной. В Алтайском крае успех гостиниц зависит от различных факторов, таких как климат, географическое расположение, количество и стоимость номеров, звездность, уникальные услуги, близость к достопримечательностям и многие другие. Однако туристы сегодня учитывают и другие факторы при выборе гостиницы. Для того чтобы отель добился настоящего успеха, необходимо всегда иметь новые идеи и быть уникальным.

Сегодня гостиничное дело представлено разнообразными средствами и формами размещения, которые могут удовлетворить любые потребности гостей: от гостиниц и мотелей до апарт-отелей, баз отдыха, кемпингов, ботелей, санаториев и коттеджей. Анализ рынка общественного питания показывает, что большинство заведений

ориентируется на тематическую направленность в зависимости от типа кухни. Для того чтобы выделиться среди огромного количества компаний, занимающихся общественным питанием, необходимо иметь концепцию и тематику, привлекающие клиентов.

Инвесторы, пришедшие на ресторанный рынок из других отраслей бизнеса, часто допускают ошибку, сосредоточившись только на кухне, которую они знают и понимают. Однако для достижения успеха этого недостаточно. Компании без четкой тематики закрываются из-за недостатка клиентов и отсутствия дохода.

Рынок общественного питания продолжает развиваться, и для новых игроков в нем есть свободные ниши. Однако успех зависит от различных факторов, включая месторасположение, ценовую политику, концепцию и квалификацию персонала.

В гостиничном обслуживании есть три формы организации питания: питание, оплаченное клиентом; питание, не включенное в стоимость номера, и питание, предоставляемое за дополнительную плату.

В стоимость номера может быть включено питание, причем существует несколько форм этого питания, каждая из которых имеет свои подвиды. Например, популярен европейский план (European Plan, EP), при котором питание не входит в стоимость проживания, он предпочтителен в крупных городах мира. Гостиницы могут также предоставлять различные специальные "планы", касающиеся питания клиентов. Наиболее часто предлагаемые варианты проживания включают в себя континентальный и бермудский план. Важно уточнить, какой план доступен в выбранной гостинице, чтобы избежать недоразумений и дополнительных расходов.

В Алтайском крае, как и по всей России, обычные рестораны являются наиболее популярными местами общественного питания [4]. Они предлагают средний ценовой сегмент и выбираются на основе географической близости. Однако в категории досуга можно найти изысканные рестораны, которые характеризуются высоким качеством обслуживания и предлагают эксклюзивное меню за высокую цену. Для клиентов, предпочитающих проводить больше времени в таких заведениях, географическое расположение не имеет особого значения. [5].

Кафе выбираются для перекуса или проведения времени в ожидании, их выбор зависит от географического расположения. Кафе и кондитерские заведения, специализирующиеся на качественных продуктах и создающие уютную атмосферу, могут иметь ограниченное меню, обычно выбираются из-за близости к месту нахождения, а время, проведенное гостями в них, часто превышает стандартное для обычных

кафе. Тематические бары, пабы и кафе, предлагают эксклюзивное меню и высокий уровень обслуживания.

Сети ресторанов и кафе, которые специализируются на японской кухне, относятся к бюджетному сегменту. Они предлагают доступные цены, что привлекает молодежь.

Столовые чаще всего создаются при предприятиях или коммерческих кластерах для обслуживания работников, предоставляют возможность получить полное или частичное самообслуживание по разумным ценам. Фаст-фуды представляют собой заведения быстрого обслуживания посетителей по доступным ценам.

В заключение следует отметить, что гостиничный бизнес динамично развивается и находится в постоянном поиске уникальных идей. Туристы учитывают различные факторы при выборе гостиницы, одним из важных факторов является организация питания.

Список литературы

1. Бычков, А. И. Индустрия гостеприимства в России / А. И. Бычков. — Москва : Infotropic Media, 2017. — 420 с. — ISBN 978-5-9998-0268-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/101159
2. Индустрия гостеприимства : методические указания / составитель А. С. Меркулов. — Иркутск : ИрГУПС, 2017. — 20 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/
3. Рождественская, Л. Н. Гостеприимство и сервис в индустрии питания : учебное пособие / Л. Н. Рождественская, С. И. Главчева, Л. Е. Чередниченко. — Новосибирск : НГТУ, 2017. — 179 с. — ISBN 978-5-7782-3095-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/118384
4. Маюрникова, Л. А. Региональные особенности развития индустрии гостеприимства. Индивидуальные гастротуры / Л. А. Маюрникова, Т. В. Крапива. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 80 с. — ISBN 978-5-8114-9601-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/199526
5. Любецкая, Т. Р. Организация обслуживания в индустрии питания : учебник / Т. Р. Любецкая. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 308 с. — ISBN 978-5-8114-3754-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/206936

ПОТЕНЦИАЛ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК В РАЗВИТИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В.А. Рудаков, Т.В. Плотникова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
rudakov.vit.2002@yandex.ru

В работе рассмотрены современное состояние и тенденции развития собственных торговых марок сетей в розничной торговле, что определяет актуальность исследования. Цель работы – провести анализ торговых сетей, имеющих собственные торговые марки, изучить преимущества для потребителя от приобретения товаров собственных торговых марок. По результатам исследования предложены направления развития собственных торговых марок.
Ключевые слова: розничная торговля, тренды торговли, собственные торговые марки.

Собственная торговая марка (СТМ) – торговая марка, владельцем которой является розничная сеть либо супермаркет.

Компания, создавая собственные торговые марки, полностью распоряжается тем, какие товары производить, как они будут выглядеть, сколько стоить и так далее. Это позволяет делать товары более бюджетными по сравнению с аналогичными – разница в цене может достигать 10-20%.

Первые собственные торговые марки начали появляться в России в начале 2000-х, однако активный рост пришелся на последние годы [2].

В настоящее время практически все крупные розничные торговые сети имеют собственные торговые марки. Торговые сети с целью повышения узнаваемости стараются тщательно заниматься брендированием, а также создают целые линейки собственных брендов.

К наиболее известным собственным торговым маркам относятся:

– «Красная цена» (торговая сеть «Пятерочка»),
– «365 дней» (торговая сеть «Лента»),
– «Каждый день», «Красная птица» (сеть гипермаркетов «АШАН»),
– Global Village, «Русское молоко», «Селяночка» (розничная торговая сеть «Пятерочка»).

На сегодняшний день достаточно большая доля потребителей предпочитает покупать пищевые продукты в торговых сетях именно под собственной торговой маркой, при этом главной причиной покупки

продуктов собственных торговых марок у 75% опрошенных является доступная цена [3].

Чаще всего потребители выбирают молочные продукты собственных торговых марок - 40% опрошенных (рис. 1). Каждый третий покупатель приобретает бакалейные товары, хлебобулочные изделия, яйца СТМ. Также привлекательными для покупателей являются собственные торговые марки товарных групп: соки, воды, хозяйственные товары, кондитерские изделия, консервы и др.



Рисунок 1 – Потенциал развития собственных торговых марок [1]

Как видно из рисунка 1, у собственных торговых марок имеется значительный потенциал для развития, так как большая часть опрошенных респондентов готовы приобретать товары собственных торговых марок (от 37 до 51%, в зависимости от группы товаров).

Товары СТМ выпускаются с логотипом торговой сети, и, чтобы не нанести урон имиджу, торговая организация должна тщательнее следить за качеством своих товаров. Однако, как показывают исследования, это не всегда соблюдается.

Проведенный опрос покупателей показал, что продукты СТМ уступают брендированным товарам по вкусовым качествам (рис.2).

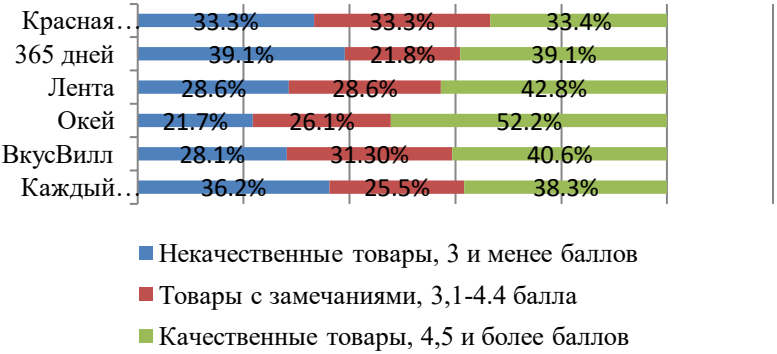


Рисунок 2 – Рейтинговая оценка качества товаров СТМ

Как видно из рисунка 2, доля качественных товаров СТМ колеблется от 33 до 52%, и в среднем составляет 41%, в зависимости от торговой сети. Доля некачественных товаров СТМ колеблется от 21 до 39%.

Введение в оборот розничного предприятия СТМ весьма привлекательно и прибыльно, но при реализации собственной продукции могут возникать следующие проблемы:

– сложность заключения производственного контракта с производителем с гарантией высокого качества товаров;

– недоверие покупателей к качеству СТМ;

– малая степень ознакомления покупателей с СТМ;

– сложность быстрого развития СТМ категории выше эконом-класса в условиях современного состояния пищевой промышленности.

Многие потребители признаются, что в больших объемах покупать товары собственных торговых марок в крупных магазинах им мешает некий психологический фактор – они попросту боятся выглядеть чересчур экономными в глазах окружающих. Но и «прогресс» в данном сегменте также налицо: все больше семей предпочитают товары собственных торговых марок другим аналогам. Данный тренд подтверждает прогнозы, что сегмент СТМ в России будет динамично развиваться, что будет способствовать, в свою очередь, расширению рынка сбыта и ассортимента товаров.

Список литературы

1. Доля собственных торговых марок выросла в России примерно на 3% за 7 лет. – URL: https://asdindex.ru/news/researches/2022/09/29/306840.phtml?utm_source=smi2

2. Продукты «СТМ» – что это такое и хуже ли они других продуктов. – URL: https://crispy.news/2019/12/17/society/produkty-stm-chto-jeto-takoe-i-huzhe-li-oni-drugih-produktov/
3. Собственные торговые марки против известных брендов: какие лучше? - URL: https://rskrf.ru/tips/obzory-i-topy/sobstvennye-torgovye-marki-protiv-izvestnykh-brendov-kakie-luchshe-/
4. Хаметова Н.Г., Ахметов И.Р. Развитие собственных торговых марок в российских торговых сетях: обзор и тенденции //Молодой ученый, 2021, № 48 (390), С. 151-153. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47302743

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРОДАЖИ ГРАЖДАНАМ ОРУЖИЯ И ПАТРОНОВ К НЕМУ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Д. Ю. Савчук, Я.А. Кирова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
danil.savchuk.25@mail.ru

В работе рассматриваются особенности правового регулирования розничной продажи оружия и патронов к нему гражданам в Российской Федерации. В исследовании применены сравнительно-правовой и технико-юридический методы. Проанализированы основные нормативно-правовые акты в рассматриваемой сфере и выявлены проблемы, связанные с их применением. Показано, что, несмотря на то, что в нашей стране оборот оружия строго регламентирован, некоторые связанные с ним аспекты остаются актуальными, требуют специального правового регулирования, пристального внимания и контроля со стороны общества и государства

Ключевые слова: правовое регулирование, розничная продажа, оружие и патроны к нему, защита прав потребителей.

В настоящее время существует множество видов оружия, в том числе огнестрельное, травматическое, спортивное и другие виды оружия специального назначения. Каждый из этих видов оружия имеет свои особенности использования, а также последствия применения, включая опасность для конкретного человека, угрозу для общества и государства в целом. В этой связи важным является вопрос правовой

регламентации оборота оружия, в том числе приобретения его гражданами.

В Российской Федерации оборот оружия строго регламентирован законодательством, охватывая практически все его виды, оружие подлежит строгому контролю и лицензированию.

На основании Конституции Российской Федерации основные направления правового регулирования в данной сфере определяет Федеральный закон «Об оружии» от 13.12.1996 № 150-ФЗ. В данном законе определяются основные понятия, перечислены виды оружия и конкретные цели их применения.

Отметим, что на территории РФ допустимо к свободному обороту только гражданское оружие как разновидность оружия, предназначенная для применения гражданами РФ исключительно в целях самообороны, для занятий спортом и охоты, а также в культурных и образовательных целях.

В ст. 13 Федерального закона закреплены права граждан на приобретение оружия. В частности, установлен минимальный возраст, начиная с которого гражданин может приобрести оружие при наличии разрешительных документов (лицензии). Согласно вышеуказанной норме этот возраст составляет 21 год. Такой порог установлен для граждан, которые находятся на службе в армии, или же в государственных организациях и подразделениях, чья деятельность непосредственно предполагает возможность применения оружия.

Имеются исключения, предусматривающие возможность приобретения и использования оружия с 18 лет. Исключения касаются представителей коренных народов РФ и граждан, которые получают свой основной доход от ведения охоты. Это также относится к соотечественникам, которые используют оружие как составную часть национальных костюмов или казачьей формы.

Вопрос регулирования минимального возраста, но только в пределах двух лет, при достижении которого граждане РФ имеют право на приобретение отдельных видов оружия, осуществляется представительными органами власти субъектов РФ.

Несмотря на наличие у гражданина конкретного права на приобретение оружия достижение минимального возраста не считается достаточным основаниям для полной реализации данного права. Для его полной реализации в российском законодательстве предусмотрено обязательное получение разрешительного документа - лицензии.

Документ, удостоверяющий право на приобретение оружия и патронов к нему, выдаётся федеральным органом исполнительной власти, имеющим соответствующие полномочия в данной сфере.

Основанием для реализации соответствующего полномочия в отношении граждан РФ выступает подача заявления гражданами в соответствующие органы и в надлежащей форме.

Установлен и срок действия такого документа, который составляет шесть месяцев со дня получения лицензии. Ограничения сроков действия лицензии на экспонирование в музеях и коллекционирование оружия и патронов законодательством не установлен.

Также одним из основополагающих документов, направленных на регулирование оборота оружия и патронов, выступает Постановление Правительства РФ от 21.07.1998 № 814 «О мерах по регулированию оборота гражданского и служебного оружия и патронов к нему на территории Российской Федерации» (вместе с «Правилами оборота гражданского и служебного оружия и патронов к нему на территории Российской Федерации», «Положением о ведении и издании Государственного кадастра гражданского и служебного оружия и патронов к нему»). В нем приведены правила, применяемые при производстве, торговле и приобретении оружия и патронов к нему. Предусмотрено, что для каждого вида деятельности, начиная от производства и заканчивая хранением оружия, необходима особая лицензия. Это обусловлено тем, что оружие представляет собой предмет или конструкцию, по своей основной цели предназначенную для поражения живой силы, которая может служить как средством причинения вреда здоровью, так и средством, при помощи которого может быть отнята жизнь человека.

Согласно отечественному законодательству производством и продажей оружия и патронов занимаются особые лицензированные организации, чья деятельность направлена на изготовление оружия и его продажу.

При продаже оружия и патронов гражданам так же применяются правила, установленные в законе РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», в котором содержится перечень данных, которые продавец обязан предоставить покупателю и которые составляют право потребителя на информацию.

Допускается торговля оружием в частном порядке между гражданами РФ, которые имеют особый разрешительный документ на приобретение оружия.

Обобщая вышеизложенное отметим, что потребителю, с одной стороны, сложно, соблюдая предусмотренные требования, получить необходимые документы для приобретения соответствующего вида оружия согласно перечню. С другой стороны, именно эта правовая сложность ведёт к ограничению оборота оружия в РФ, способствует

эффективному контролю его использования. Требуется дальнейшее совершенствование системы правового регулирования на всех уровнях для недопущения противозаконного применения оружия в преступных целях.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993, с изм. и доп. от 01.07.2020).
2. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».
3. Постановление Правительства РФ от 21.07.1998 г. № 814 «О мерах по регулированию оборота гражданского и служебного оружия и патронов к нему на территории Российской Федерации».
4. Федеральный закон «Об оружии» от 13.12.1996 № 150-ФЗ.

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ FMCG КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ РОССИИ

И.А. Серов, И.Н. Шамрай
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
iserov2002@gmail.com

В связи с ограничениями в экономике России по причине санкционного режима отмечается значительное изменение структуры товарного рынка, особенно в части товаров повседневного спроса (FMCG). В статье подчеркивается важность развития в сложившихся условиях FMCG отечественных компаний, результаты деятельности которых являются объектом исследования данной статьи. Цель исследования – выявление проблем рынка товаров повседневного спроса в России на основе анализа его результатов для прогнозирования трендов с учетом сложившихся экономических ограничений. Основными трендами определены трансформация каналов сбыта, изменение ассортимента, полная замена товаров ушедших из России брендов.

Ключевые слова: FMCG-компании, товары повседневного спроса, экономический кризис, экономия, ниша, ассортимент.

Рынок FMCG – это один из самых развитых рынков в любой стране. Ситуация на ранке FMCG в России в последние годы является нестабильной. Начиная с 2022 г. после начала спецоперации мировые

компании начали уходить с российского рынка, так как иностранные инвесторы посчитали российский рынок высокорискованым. В 2022 г. российский рынок покинули такие компании как: Coca-Cola, Danone, Nestle, Amazon, Carlsberg, Heineken, бренды Pull & Bear, IKEA, Microsoft, Shell, Starbucks, McDonald's, Zara, H&M, Massimo Dutti, Yum! Brands и другие [1]. В связи с этими событьями, политической и экономической ситуацией в стране в 2022 FMCG-рынок в России показал самое сильное снижение объемов продаж за последние 5 лет. Номинально рост рынка товаров повседневного спроса показал 13,6%, но если рассмотреть реальный рост, то вклад потребителя составил 3,4%, то есть является отрицательным. Рост показателя можно объяснить ростом инфляции (17%) [1].

Итогом 2022 г. стал рост продовольственного рынка на 15,6% в денежном эквиваленте, однако темпы продаж показали снижение на 4,4% в 2022 г. [2]. Динамика непродовольственного сегмента в натуральном выражении за 2022 г. снизилась до -5,8%, в то же время в денежном выражении наблюдалось значительное ускорение из-за влияния инфляции. Большая часть непродовольственного сегмента продемонстрировала значительные темпы роста, например, бумажная продукция +32%; средства для стирки +20,4% [2]. Однако кардинальное изменение ассортимента коснулось именно непродовольственных товаров, таких как стиральные порошки, средства гигиены, бытовая химия, ассортимент которых сократился более чем на 30% по причине логистических трудностей.

Снижение потребительской способности подтолкнуло крупных торговых представителей развивать такой канал сбыта, как дискаунтеры. Дискаунтеры на российском рынке заняли долю рынка свыше 55%. По данным NIQ, каждый пятый россиянин отдает предпочтение дискаунтерам [3]. С учетом покупательской способности разных слоев населения некоторые представители FMCG-рынка стали развивать такое направление, как хард-дискаунтеры – торговые точки с еще более низкими ценами. Ярким представителем данного сегмента является сеть «Светофор», в 2022 г. бренд вошел в топ-3 самых узнаваемых сетей в России.

По статистике NIQ, 47% россиян стали отдавать предпочтение товарам местного производства, а некоторые из них перешли на них полностью, это обусловлено тем, что местные товары чаще всего дешевле импортных аналогов, к тому же они заменили выбывшие товары [3]. В данных условиях локальные и небольшие игроки развиваются, в то время как крупные организации теряют долю продаж.

В 2022 г. российские ритейлеры и производители столкнулись со сложной экономической ситуацией и катастрофическим изменением ассортимента, нарушением логистических цепочек, снижением покупательской способности, что вынудило российских игроков рынка адаптироваться и менять политику развития.

Следует выделить некоторые тренды, которые укрепились в начале 2023 г.:

– онлайн рынок занял большую долю в сегменте непродовольственной группы товаров, поскольку расширение ассортиментного ряда и продвижение на онлайн площадках происходит более простым путем;

– непродовольственный сегмент пострадал больше всего, однако это касается узких групп товаров;

– средние и малые игроки получили возможность приобретать аудиторию за счет свободного от импортных товаров рынка;

– часть потребителей отдают предпочтение локальным брендам.

Переход на локальную продукцию становится трендом российского FMCG-рынка в 2022 г., и этот тренд продолжает укреплять свою позицию в 2023 г. Почти 50% россиян отдают предпочтение товарам локальных производителей в продуктовых категориях. Двумя яркими примерами локализации является товары категории «удовольствие», а именно алкогольные и газированные напитки.

Новые потребительские привычки подталкивают игроков FMCG-рынка искать новые каналы сбыта, расширять ассортимент, создавать благоприятные условия для того, чтобы потребитель выбрал их торговую точку. С 2022 г. развивается тренд на создание дискаунтеров, магазинов у дома, онлайн продажи. Многие организации открывают и развивают торговые точки, в которых товары представлены по более привлекательной цене. Такие крупные игроки, как X5 Group, «Магнит» и «Светофор», придерживались политики открытия магазинов у дома. X5 Group по итогам 2022 г. открыла 2202 магазина. По оценке Infoline, компания «Магнит» за три квартала 2022 г. компания открыла более 1000 магазинов, из них 971 – в сегменте FMCG. В 2022 г. «Магнит» начал развивать концепцию сети дискаунтеров. Сеть «Светофор» за те же три квартала 2022 г. открыла около 350 новых торговых точек [5].

Все крупные игроки FMCG-рынка подстраиваются под современные реалии, открывают торговые точки с более выгодной ценовой политикой, производят свою продукцию в целях расширения ассортиментного ряда, проводят больше акций и разрабатывают системы по привлечению и удержанию потребителя.

Таким образом, на основе проведенного аналитического обзора можно сделать вывод о том, что в современных реалиях тренды на 2023 г. определяют изменившиеся структура спроса, ориентированность потребителей на более низкие цены, предпочтение локальным производителям, новые предложения ритейлеров.

Следовательно, по мнению авторов, FMCG-игроки будут продолжать выстраивать свой бизнес на основе запросов рынка. В целом в 2023 г. рынок продолжит адаптироваться к изменившимся условиям, продолжится трансформация каналов сбыта, изменение ассортимента вплоть до полной замены ушедших брендов. Данные изменения и адаптация под различные каналы сбыта будут сильно влиять на FMCG-рынок. Стабилизацию потребительской способности можно ожидать в ближайшее время, но это возможно только при отсутствии новых потрясений рынка.

Список литературы

1. Шамрай, И.Н., Куклина, К.И. FMCG-компании на рынке России: проблемы и пути их решения в условиях нестабильной экономической ситуации // Сборник научных трудов 30-я Региональной научной студенческой конференции «Интеллектуальный потенциал Сибири». Часть 2. - г. Новосибирск, 23-27 мая 2022 г. - С. 226-229.
2. Открытый журнал. Основные тренды рынка FMCG в 2022 году. [Электронный ресурс]. – URL: https://goo.su/EP3AaTX (дата обращения 24.04.2023).
3. NIQ. FMCG в 2023 — как будет развиваться российский рынок? [Электронный ресурс]. – URL: https://goo.su/2cAb0GI (дата обращения 24.04.2023).
5. NIQ. Четыре тренда FMCG-ритейла в 2023. [Электронный ресурс]. – URL: https://goo.su/jYQMD16 (дата обращения 24.04.2023).
6. RETAIL.RU Ритейлеру и поставщику. Как росли сети в 2022 году: алкомаркеты и дискаунтеры задают темп. [Электронный ресурс]. – URL: https://goo.su/S7BHkkm (дата обращения 24.04.2023).

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

К.С. Таракановская, Э.С. Боронина
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
ella.boronina@gmail.com

В статье осуществлен анализ деятельности организаций потребительской кооперации. Сделан вывод о том, что количество предприятий, также как и количество пайщиков, с 2019 по 2021 годы имеют тенденцию к сокращению. Ведущим направлением деятельности предприятий является розничная торговля. Условием успешного развития предприятий потребительской кооперации является совершенствование бухгалтерского и управленческого учета. Это связано с решением таких задач, как применение специальных налоговых режимов с целью оптимизации налогообложения, совершенствование методики бухгалтерского учета товаров с использованием возможностей системы 1С. Решение учетных проблем биологических активов связано с направлением развития системы стандартов ФСБУ и принятием нового ФСБУ «Учет биологических активов», что актуально для сельскохозяйственных предприятий потребительской кооперации.

Ключевые слова: предприятия потребительской кооперации, анализ деятельности, бухгалтерский учет, товары, биологические активы

Актуальность темы исследования заключается в том, что условием успешного развития предприятий потребительской кооперации является совершенствование бухгалтерского и управленческого учета. Это обусловлено необходимостью повышения эффективности процессов сбора, обработки и анализа информации для целей принятия решений.

Анализ динамики предприятий потребительской кооперации по данным Росстата свидетельствует о том, что количество предприятий потребительской кооперацией имеет тенденцию к сокращению с 2095 единиц в 2019 году до 1927 единиц в 2021 году (рисунок 1**)** [2].

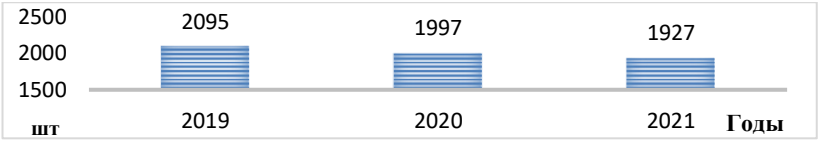


Рисунок 1 – Динамика числа предприятий потребительской кооперации, 2019–2021 гг.

На рисунке 2 представлена динамика численности пайщиков предприятий потребительской кооперации в разрезе региональных союзов в 2019-2021 гг. По данным рисунка можно сделать вывод о том, что наблюдается снижение количества пайщиков. В 2021 численность пайщиков - 1123 тыс. человек, что составляет 86% от количества пайщиков 2019 года.

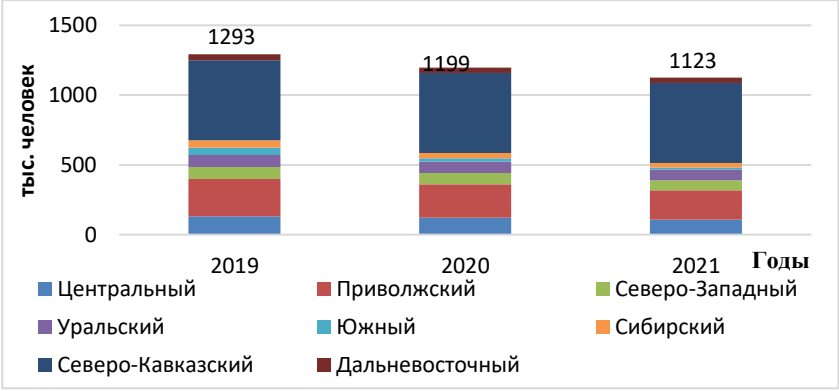


Рисунок 2 – Динамика численности пайщиков в тыс. человек предприятий потребительской кооперации в разрезе региональных союзов, 2019–2021 гг.

Можно сделать вывод о том, что предприятия потребительской кооперации теряют свою популярность, так как темпы прироста числа предприятий и численности пайщиков в 2019-2021 годах отрицательные. Возможно, это определяется развитием налоговых преференций в рамках специальных налоговых режимов для ИП и микропредприятий, упрощениями процедуры открытия собственного бизнеса для ИП, введением налога на индивидуальный доход.

В числе основных направлений деятельности предприятий потребительской кооперации 2021 года выступает розничная торговля - ее объем составил 61% из общей структуры, что отражено на рисунке 3.

Около 12% приходится на закупочную деятельность в сфере сельскохозяйственной продукции и сырья.

По данным Росстата, финансовый результат предприятий потребительской кооперации составил в 2019 году - 2098743 тыс. руб. прибыли, в 2020 году – 2625389 тыс. рублей прибыли, в 2021 году – 3890883 тыс. рублей прибыли. Следует отметить существенное увеличение совокупного финансового результата в 2021 году по сравнению с 2019 годом на 85% [2].



Рисунок 3 - Структура совокупного объема деятельности предприятий потребительской кооперации Центросоюза за 2021 год [2]

Финансовый результат предприятий розничной торговли в 2019 году - 603185 тыс. руб. убытка, в 2020 году - 203009 тыс. руб. прибыли, в 2021 году также прибыль составила 339432 тыс. руб. Таким образом, прирост прибыли в 2021 году, по сравнению с 2020 годом составил 67%.

Предприятия потребительских кооперацией могут применять не только общую систему налогообложения, но и специальные налоговые режимы.

Многие экономисты отмечают, что значимой задачей для предприятий потребительской кооперации является развитие территории сельских поселений, а также сельскохозяйственной деятельности. Это обуславливает актуализацию вопросов учета биологических активов предприятия потребительской кооперации. На текущий момент ФСБУ по учету биологических активов находится в стадии разработки. В системе МСФО учет биологических активов регулируется по IAS 41 «Сельское хозяйство», нормы которого повышают достоверность определения финансового результата деятельности.

Также важной задачей является совершенствование методики учета

товаров, использование возможностей системы 1С с целью автоматического расчета отклонений нормативных цен от фактических и расчета наценки с учетом этих данных, так как наибольшее количество предприятий потребительской кооперации заняты в сфере торговли. Такие разработки позволят соотносить продажные цены с фактическими в режиме реального времени, определять отклонения, своевременно предоставлять данные для расчета продажных цен. Это непосредственно влияет на определение финансового результата деятельности, что важно для пайщиков предприятий потребительской кооперации.

Список литературы

1. Закон РФ от 19.06.1992 N 3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации (с изменением от 11.07.1997, 28.04.2000, 21.03.2002)
2. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Российской Федерации за 2019-2021 год/ Центросоюз. Москва, 2022. - [Электронный ресурс]: Режим доступа: URL http://docs.sibupk.su/%d1%f2%e0%f2%e8%f1%f2%e8%ea%e0/ (дата обращения 03.05.2023).

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ КАК СРЕДСТВО ВЛИЯНИЯ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ю.И. Черепанова, Е.Н. Осипова
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
ch_market@sibupk.nsk.su

В статье описана система управления качеством услуг, рассмотренная в рамках клиентоориентированного подхода и выступающая как средство влияния на конкурентоспособность предприятия гостиничного бизнеса. Указаны основные модели управления качеством. Сделан вывод о том, что для наиболее эффективного управления качеством услуг в индустрии гостеприимства необходимо комплексное применение описанных моделей.

Ключевые слова: управление качеством, клиентоориентированный подход, система управления качеством, сфера гостиничных услуг.

Услуги сферы туризма составляют весомую долю от общего объёма предложения на рынке. С учетом высокого уровня конкуренции, гостиничным предприятиям необходимо совершенствовать внутренние бизнес-процессы. Сделать это возможно посредством применения различных технологий с целью повышения эффективности экономической деятельности гостиничного предприятия. Особенно эффективный инструмент – внедрение в деятельность гостиницы целостной системы управления качеством оказываемых услуг [3].

Для предоставления гостиницей конкурентоспособных услуг необходимо непрерывно проводить анализ рынка, изучать интересы и потребности клиентов в гостиничной сфере с учетом подвижных тенденций, совершенствовать деятельность предприятия и удовлетворять все потребности не только потенциальных клиентов, но и уже имеющихся. В этом суть клиентоориентированного подхода – в адаптации предоставляемых услуг к индивидуальным потребностям и желаниям потребителя.

Важная задача менеджеров гостиничного бизнеса – поддержание удовлетворительного качества предоставляемых услуг. Цель управления качеством – обеспечение должного уровня качества услуги, удовлетворяющей или даже предвосхищающей запросы потребителей. Показателем достойного качества для потребителя является то, насколько приобретенная услуга удовлетворяет его нужды и желания.

Таким образом, цель гостиничного бизнеса – удовлетворение потребностей клиента таким образом, чтобы произвести на него максимально положительное впечатление. Такой подход гарантирует выработку у клиента желания постоянно пользоваться услугами конкретной гостиницы и формирует приверженность к определенной гостиничной сети, если отель к ней принадлежит.

Согласно международному стандарту ISO 8402-86, качество услуги – совокупность характеристик самой услуги, относящихся к ее способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности клиента. Качество является неотъемлемой и крайне важной характеристикой деятельности гостиничного предприятия, позволяющей ему эффективно конкурировать с другими представителями туристической отрасли и привлекать новых потребителей гостиничных услуг.

Система менеджмента качества (СМК) – это эффективное средство управления качеством гостиничных услуг, включая контроль над поддержанием его постоянства [1]. Управление качеством гостиничной услуги должно предусматривать разработку эффективных

управленческих решений по планированию, организации и дальнейшему контролю услуг высокого качества [2].

На начальном этапе процесса повышения качества услуги необходимо установить, на каком уровне находится его текущее состояние. Это осуществимо исключительно в рамках сотрудничества с гостями как с потребителями. Менеджеры, занимающиеся управлением качеством, должны разработать способы получения обратной связи от гостей, чтобы выяснить их мнение об имеющемся гостиничном продукте и получить возможность адаптировать его под актуальные желания потребителей.

В настоящее время современные гостиницы используют несколько видов систем (или моделей) управления качеством услуг:

1. Модель «GAP», в которой разрабатываются четкие критерии и требования к качеству услуги, ожидаемого клиентами. В ней также подробно описаны «расхождения», т. е. причины недостатков в обслуживании, которые вызывают неудовлетворенность потребителей;

2. Модель «SERVQUAL». Задача – измерить степень разрыва между ожиданиями потребителей услуги и их восприятием. Отличается введением в процесс измерения качества оказываемой услуги количественного показателя – индекса качества Service Quality Index (SQI). Для расчета данного индекса используются результаты двух стандартизированных видов анкетирования среди потребителей, а именно: оценка ожиданий потребителя услуги и его восприятие качества полученной услуги;

3. В модели «Зона толерантности» к двум анкетам модели SERVQUAL добавляется третья, предназначенная для определения интервала между двумя оценками качества услуги: ожидаемого и минимально приемлемого. Так, данная модель помогает определить минимально допустимый для потребителя уровень качества услуги на данный момент времени при имеющихся обстоятельствах;

4. Модель «Нейтральные зоны» помогает определить, а в дальнейшем и создать конкурентные преимущества гостиничного предприятия в области качества операционных процессов оказания сервисных услуг. Чем важнее для клиента отдельные компоненты сервиса, тем меньше сама нейтральная зона. Следовательно, все менее безучастным будет потребитель при оказании ему сервисного обслуживания;

5. «Теория привлекательного качества» (или Модель Кано) направлена на выявление специфических потребностей гостей, обеспечение удовлетворения которых делает клиентов безучастными,

недовольными или приводящими в восторг. Данная модель демонстрирует взаимосвязь качества услуги и ее элементов;

6. Типология эффективности элементов обслуживания предлагает устанавливать четыре классификационные позиции, дающие возможность осуществления сравнительного анализа для осмысления важности отдельных элементов сервиса на основании восприятия его потребителями: критические, ключевые, нейтральные и приносящие удовлетворение.

Хотя каждая из приведенных выше моделей управления качеством услуги может применяться самостоятельно, наибольшую эффективность демонстрирует системное внедрение этих концепций в повседневную деятельность различных гостиничных предприятий, так как это способствует более углубленному изучению управления качеством услуг, расширяя выбор рекомендаций и делая акцент на их рациональную обоснованность.

Таким образом, непрерывная работа над повышением качества гостиничных услуг – одна из самых важных задач в сфере гостеприимства. Систематизированное управление качеством услуг, оказываемых предприятиями гостиничной сферы, является стратегически важным процессом, требующим разумного подхода со стороны руководителей гостиничного бизнеса.

Список литературы

1. Манукян, С. А. Совершенствование управления гостиничным бизнесом на основе внедрения системы менеджмента качества / С. А. Манукян // Студенческий форум. – 2022. – № 17-5(196). – С. 28-32.
2. Павленко, И. Г. Система управления качеством гостиничных услуг // Сервис в России и за рубежом. 2019. №5 (87). – С. 36-41.
3. Швец, И. Ю. Взаимодействие элементов управления качеством гостиничных услуг / И. Ю. Швец // Туризм: право и экономика. – 2020. – № 3. – С. 10-15.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЕДРОВОГО ЖМЫХА В КАЧЕСТВЕ ДОБАВКИ ДЛЯ МЯГКОГО КИСЛОМОЛОЧНОГО СЫРА

Т. Е. Язвенко[1], В. Б. Мазалевский[1,2]
[1] Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)
[2] Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий РАН
mazalevskij@yandex.ru

Мягкие кисломолочные сыры удобны и просты в изготовлении, имеют высокую пищевую ценность, но обладают слабовыраженным вкусом и запахом. Одним из перспективных видов растительного сырья для обогащения мягких сыров является кедровый жмых. Существующие способы обогащения сыров кедровым жмыхом предполагают его введение в сыр в сухом виде, что не способствует получению хорошей консистенции готового продукта. Цель данного исследования заключается в получении нового продукта с хорошими органолептическими показателями, высокой пищевой ценностью и повышенным выходом готового продукта. Для достижения поставленной цели жмых кедрового ореха в количестве 2,7% от массы смеси обрабатывали с молоком в роторно-пульсационном аппарате, затем из полученной смеси приготовили мягкий кисломолочный сыр с массовой долей влаги (59,5±0,2)%, белка (15,0±0,15)%, жира (20,0±0,3)%, жира в сухом веществе сыра (49,4±0,8)%. Выход сыра составил (22,7±0,4)%, что на 6% больше, чем выход сыра из молока без жмыха. Полученный мягкий кисломолочный сыр обладал выраженным кедровым вкусом и запахом.

Ключевые слова: мягкий кисломолочный сыр, гидромеханическое диспергирование, роторно-пульсационный аппарат, жмых кедрового ореха.

Мягкие кисломолочные сыры, производимые термокислотным способом, характеризуются высоким выходом готового продукта, отсутствием необходимости созревания и простотой изготовления, но отличаются слабовыраженным вкусом из-за чего обычно обогащаются вкусовыми добавками.

В качестве вкусовой добавки для мягкого сыра можно использовать кедровый жмых, который является побочным продуктом при получении масла из кедровых орехов. Кедровый жмых, как и ядро кедрового ореха, обладает выраженным вкусом и запахом кедрового ореха, а также является источником белка и витаминов [1,2].

Добавку, улучшающую вкус и/или пищевую ценность кисломолочных сыров, обычно вводят на этапе формования после отделения сыворотки. Так, в патенте 2370044 в сырную массу вводится стерилизованный жмых кедрового ореха в сухом виде, что может привести к крошливости и крупитчатости консистенции сыра [3].

Цель данного исследования заключается в получении нового продукта с хорошими органолептическими показателями, высокой пищевой ценностью и повышенным выходом готового продукта.

Мягкий кисломолочный сыр получали следующим образом. В механоакустический гомогенизатор загрузили молоко и жмых кедрового ореха в количестве 2,7% от объема смеси, где обрабатывали (25 ±2) мин до достижения температуры (70±2)°С. Доведенную до однородной консистенции смесь загрузили в ванну длительной пастеризации, где при постоянном перемешивании нагревали до температуры (80±2)°С, после чего внесли коагулянт – молочную кислоту в виде 10%-го водного раствора в количестве необходимом для достижения изоэлектрической точки белка при постоянном перемешивании. Всплывший сгусток выдержали 5 мин. и подвергли формованию и самопрессованию. Далее сыр посолили сухой солью из расчета 2,5% соли на массу сырной головки, обсушили, охладили, выдержали при температуре в (10±2)°С в течение 16 часов и упаковывали в пергамент.

Исследования проводили стандартными методами.

Органолептические показатели мягкого кисломолочного сыра представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Органолептические показатели мягкого кисломолочного сыра

Наименование показателя	Характеристика показателя	
	Сыр без кедрового жмыха	Сыр с добавкой кедрового жмыха
Внешний вид	Поверхность ровная, влажная	Поверхность ровная, влажная
Вкус и запах	Молочный, с привкусом пастеризации	Молочный без посторонних привкусов и запахов, с выраженным привкусом и запахом кедрового ореха
Консистенция	Нежная однородная в меру плотная	Мягкая нежная однородная, пластичная, слегка мажущаяся, слегка ломкая
Рисунок	Отсутствует	Отсутствует
Цвет	Белый	Кремовый однородный

Органолептические показатели сыра улучшаются за счет появления приятного кедрового привкуса и аромата. Консистенция сыра приобретает характеристики сывороточных сыров, т.е. приобретает большую нежность и легкую ломкость. Частицы жмыха измельчаются достаточно тонко и не создают ощущения чужеродности в сыре.

Физико-химические показатели использованного сырья и полученного сыра представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Физико-химические показатели сырья и сыра

Показатели	Молоко	Жмых	Сыр без кедрового жмыха	Сыр с добавкой кедрового жмыха
Массовая доля белка, %	3,1±0,1	32,2±0,1	16,1±0,15	15,0±0,15
Массовая доля жира, %	4,2±0,1	24,8±0,2	24,2±0,3	20,0±0,3
Массовая доля жира в сухом веществе, %	-	-	50,8±0,6	49,4±0,8
Массовая доля влаги, %	87,2±0,5	4,9±0,3	52,4±0,2	59,5±0,2
Массовая доля пищевых волокон, %	0	6,1±0,1	0	0,6±0,1
Активная кислотность, ед. pH	6,7±0,1	6,5±0,1	5,4±0,1	5,5±0,1
Выход сыра, %	-	-	16,7±0,3	22,7±0,4

Анализ данных таблицы показывает, что при использовании кедрового жмыха в качестве добавки к натуральному молоку, выход сыра увеличивается на 6%, что можно объяснить хорошей влагосвязывающей способностью пищевых волокон и общим высоким содержанием сухих веществ в кедровом жмыхе.

Таким образом, гидромеханическая обработка смеси молока и жмыха кедрового ореха позволяет получить мягкий кисломолочный сыр с высоким выходом готового продукта и хорошими органолептическими показателями.

Список литературы

1. Xie K., Miles E. A., Calder P. C. A review of the potential health benefits of pine nut oil and its characteristic fatty acid pinolenic acid //Journal of Functional Foods. 2016. Т. 23. С. 464–473. DOI 10.1016/j.jff.2016.03.003.
2. Патент RU 2681442 Способ получения белково-витаминного комплекса из кедрового жмыха, заявл. 28.11.2017, опубл. 06.03.2019.
4. Патент RU 2 370 044 Композиция для получения мягкого сыра, заявл. 07.12.2007, опубл. 20.06.2009.

СЕКЦИЯ СОЦИОЛОГИЯ

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНЧЕСТВОЙ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ НГУЭУ)

Д.С. Агапов, О.Ю. Тевлюкова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
doniloa68@gmail.com

В статье представлены результаты социологического исследования инновационной активности студенческой молодежи НГУЭУ. Были изучены представления студентов об инновациях и инновационном потенциале личности, проанализирована активность студенческой молодежи в научно-исследовательской, внеучебной и предпринимательской деятельности, рассмотрены условия для развития инновационного потенциала студентов в вузе. По результатам исследования предложен ряд рекомендаций для повышения инновационной активности студенческой молодежи.
Ключевые слова: инновационная активность, инновационный потенциал, студенческая молодежь, инновационное развитие

В настоящее время инновации, их создание и внедрение в различные сферы жизни общества, является одним из наиболее значимых факторов развития государства, повышения уровня его конкурентоспособности, качества жизни населения и т.д. [3]. Современная студенческая молодежь является наиболее активной социальной группой, представляет собой интеллектуальный и экономический потенциал России [2]. В связи с этим для реализации вектора инновационного развития государства повышение инновационной активности студенческой молодежи – необходимое условие [1].

В 2023 году было проведено социологическое исследование инновационной активности студенческой молодежи. Методом исследования выступил качественный метод глубинного интервью, информантами – 10 студентов НГУЭУ в возрасте от 19 до 23 лет.

Для большинства информантов понятие «инновация» связано с такими понятиями, как «новшества» («нововведения»), «улучшения», «новые технологии», «модернизация», «прогресс», «открытие», «упрощение жизни», «эффективность», «необычное», «опасное». Все

студенты считают, что по мере развития общества роль инноваций увеличивается: они необходимы во всех сферах жизнедеятельности общества, особенно – в медицине, науке, общественной безопасности.

Понятие «инновационный потенциал личности» раскрывается студентами через совокупность качеств и способностей, позволяющий создавать, принимать и внедрять инновации для улучшения качества жизни и развития различных отраслей экономики. К качествам, характеризующим человека с высоким инновационным потенциалом, студенты отнесли «творческое мышление», «критическое мышление», «любознательность», «активность», «интеллектуальные способности»; с низким инновационным потенциалом – «консерватизм» («традиционализм»), «лень», «пассивность», «низкий интеллект».

Информанты считают, что студенческая молодежь должна обладать высоким инновационным потенциалом, а также характеризуют себя как личность с высоким инновационным потенциалом.

По мнению студентов, научно-исследовательская деятельность положительно влияет на развитие инновационного потенциала; в вузе эта деятельность должна носить рекомендательный характер. Треть студентов принимают участие в научно-исследовательской деятельности, большинство – периодически. Преимущественно студенты не заинтересованы научно-исследовательской деятельностью.

Наиболее «полезными» направлениями внеучебной деятельности с точки зрения развития инновационного потенциала студентов, по мнению информантов, являются «творчество», «наука», «бизнес и предпринимательство». Однако только пятая часть студентов участвует во внеучебной деятельности, большинство – отказываются по причине незаинтересованности и отсутствия времени.

Подавляющее большинство студентов в долгосрочной перспективе хотели бы заниматься предпринимательством, в краткосрочной – отдают предпочтение работе в качестве наемного сотрудника. Информанты не имеют предпринимательского опыта, но в то же время считают, что обладают предпринимательским потенциалом.

Студенты считают, что вуз должен способствовать развитию инновационного потенциала студентов и положительно оценивают деятельность НГУЭУ в этом направлении. Вуз реализует эффективную поддержку научно-исследовательской и внеучебной деятельности, а также оказывает содействие в развитии предпринимательского потенциала студентов – получение необходимых знаний и навыков для реализации бизнес-идей.

Актуальными проблемами инновационной активности студенческой молодежи являются несоответствие субъективных оценок

студентов собственного инновационного и предпринимательского потенциала, низкая вовлеченность и заинтересованность студентов в научно-исследовательской и внеучебной деятельности, преобладание теоретической подготовки в обучении, низкий уровень информированности студентов о мероприятиях, программах, проектах, использование традиционных методов обучения.

В качестве мер, способствующих повышению инновационной активности студенческой молодежи, можно выделить следующее:

– проведение научных мероприятий в нестандартном формате, адаптированном под специфику образовательного процесса («печа-куча», «научный слэм», «баркемп» и т.д.);

– проведение постоянного мониторинга интересов студентов;

– увеличение количества мероприятий с приглашенными специалистами из сферы предпринимательства в форме тренингов и мастер-классов в бизнес-инкубаторе;

– увеличение практических занятий, направленных на получение навыков формирования команды, написания бизнес-плана, разработки стратегии продвижения и т.д., и мероприятий с участием приглашенных специалистов, в качестве которых могут выступить сотрудники Центра поддержки предпринимательства НСО, выпускники-предприниматели;

– увеличение занятий с использованием методов обучения, основанных на «субъект-субъектных» отношениях между студентом и преподавателем;

– публикация календаря мероприятий на сайте вуза, в социальных сетях вуза и отдельных структур;

– организация стендов в вузе с актуальной информацией об условиях получения повышенных стипендий, участии в конкурсах грантов и т.д.;

– организация рассылки по электронной почте, социальным сетям, мессенджерам с информацией о конкурсах грантов, стажировок и т.д.;

– повышение эффективности системы обратной связи со студентами (проведение опросов для создания системы рейтингования дисциплин, оценки мероприятий; организация «круглых столов» со студентами, преподавателями и руководством).

Таким образом, повышение инновационной активности студенческой молодежи требует комплексного, единого подхода, включающих реализацию мероприятий по нескольким направлениям.

Список литературы

1. Гохберг Л. М., Зорина О. А., Бондаренко Н. В. Индикаторы образования: статистический сборник. – М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 532 с.

2. Партер Ч., Гандри Л. Как создавать инновации. – М.: СОЛОН-Пр., 2020. – 52 с.
3. Gault F., Hippel E. The prevalence of user innovation and free innovation transfers: Implications for statistical indicators and innovation policy. – MA: MIT Sloan School of Management, 2009. – 30 с.

СПЕЦИФИКА ОТРАЖЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

В.Г. Бабаха, А.А. Глибина
Новосибирский военный институт имени генерала армии
И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации
Anna.Glibina@inbox.ru, vlad.babakha@mail.ru

Социальная реклама нацелена на формирование определённых моделей поведения социальных групп. Сохранение природы и улучшение экологической ситуации – важные темы социальной рекламы. Было выявлено, что экологическая реклама, состоящая только из картинки, чаще носит шоковый эффект. При длине текста от 1 до 7 элементов чаще встречаются примеры языковой игры. Социальная реклама с текстом длиннее 7 элементов чаще носит информативный характер.
Ключевые слова: социальная реклама, экология, ценность, модель поведения.

Социальная реклама является мощным рычагом воздействия на общество.

Как вид рекламной деятельности, социальная реклама появившись в США в начале XX века [1, с. 154]. Согласно Пядышевой Т.Г., функциональными аналогами социальной рекламы ранее выступали пропаганда и агитация [2]. Это был своеобразный «гибрид» социальной рекламы и пропаганды [3, с. 207]. Например, были распространены такие лозунги как «Не оскверняй природу», «Воздух должен быть чистым», «Береги зелёного друга» и т.п. (Рисунок 1).

В период распада СССР возник ряд социально-экономических проблем. В данный период в России и возникла социальная реклама в её современном виде. На настоящий момент, согласно Савицкой Ю.П., доля социальной рекламы в России составляет всего 1% [4, с. 114].



Рисунок 1 — Социальная реклама в СССР

Существует множество определений термина *социальная реклама*. Вслед за Калмыковым С.Б. в настоящем исследовании социальная реклама будет рассматриваться как «социальная технология, направленная на гармонизацию социального пространства и первичных социальных отношений, на информирование населения об актуальных общественных проблемах, их профилактику и решение, а также выработку новых социальных ценностей и одобряемых поведенческих моделей…» [3, с. 111].

Ковалёва А.В. выделяет следующие ключевые признаки «социального» в социальной рекламе: целенаправленное действие, обусловленное потребностями каких-либо социальных институтов или социальных групп, совершаемое для нивелирования противоречия, возникшего между внутренней и внешней средой; формирование важных для социума качеств и тенденций при взаимодействии разных социальных групп и социальных структур [6, с. 97]. Таким образом, сущность социальной рекламы заключается в привлечении внимания общества к важным социальным проблемам, предотвращении социальных проблем и предложении путей решения существующих проблем, формирование системы ценностей и социально одобряемых моделей поведения. Следовательно, социальная реклама направлена на гармонизацию общественных отношений, оповещение общества о существующих и предотвращение потенциальных социальных проблем, а также формирование и закрепление определённых моделей поведения.

В отличие от коммерческой, социальная реклама побуждает не к покупкам, а к поступкам [7, с. 25], поскольку направлена на формирование системы нравственных ценностей, гуманизацию общества. Поэтому на первое место в социальной рекламе выходят такие функции как воспитательная, образовательная и агитационная.

Следовательно, социальная реклама выступает «одним из методов устранения причин социального нездоровья страны» [8], вызванное социальной нестабильностью, и вызывающее опасение за будущее, агрессию и озлобленность.

Важное место в социальной рекламе занимает освещение экологических проблем (Рисунок 2).



Рисунок 2 — Современная социальная реклама в России

Путём сплошной выборки было отобрано 60 примеров рекламных текстов, посвящённых охране окружающей среды. Во-первых, данные примеры можно разделить на 2 группы: рекламные плакаты, содержащие текст и рекламные постеры, включающие только иконическую часть (картинку). Было выявлено, что первая группа является более многочисленной (72%). На долю рекламы без текста приходится 28%. Как правило, картинка в рекламе, не содержащей текста, обладает шоковым эффектом (умирающее от мусора животное, животное из мусора и т.п.). Такая реклама передаёт, главным образом, эмоции.

Тексты с вербальной частью также можно разделить в зависимости от количества используемых единиц на короткие (от 1 до 7 раздельнооформленных единиц) и длинные (более 8 единиц). Такое деление основано на том, какой максимальный объём информации человек может запомнить за 1 раз [9]. На долю текстов, содержащих от 1 до 7 единиц, приходится 35%, на длиннотекстовую рекламу – 65%. Как правило, такие тексты содержат менее эмоционально нагруженную картинку, но шокирующую информацию, которая, скорее всего, не известна широкой аудитории («1 кг отходов создаёт каждый россиянин ежедневно», «Розлив нефти уносит жизни до 50 тысяч разнообразных птиц и рыб»). Короткотекстовая социальная реклама чаще содержит языковую игру, которая нацелена привлечь внимание, заинтриговать

целевую аудиторию [10]. Также она содержит ссылки на прецедентные феномены, хорошо известные представителем русской культуры.

Таким образом, социальная реклама призвана оказать максимальное воздействие на социум как посредством вербальных, так и посредством иконических элементов, формируя бережное отношение к окружающей среде.

Список литературы

1. Ефремов Е.А. Проблематика социальной рекламы // Коммуникология. – 2013. – С. 154-158.
2. Пядышева Т.Г. Социальная реклама в регионе // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2013. № 2. – С. 85-93.
4. Мухаев О.Р. Проблемы социальной рекламы в регионе // Регионология. – 2011. - С. 207-215.
5. Савицкая Ю. П. Социальная реклама в государственном управлении // Вестник ЧелГУ. - 2014. - № 24 (353). - Вып. 34. - С. 114–118.
6. Калмыков С.Б. Концепция организации социальной рекламы // Социология власти. – 2010. – С. 109-115.
7. Ковалёва А.В. Социальная реклама как объект социологического анализа // Учёные записки ЗабГГПУ. – 2021. – С. 96-100.
8. Грибок Н.Н. Социальная реклама. Изд-во МГУ, 2008. – 75 с.
9. Зеркалий Н.Г. Особенности социальной рекламы // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – С. 15-16.
10. Немов Р.С. Психология. – М.: «ВЛАДОС», 2003. - Кн. 1. – 688 с.
11. Телегуз, А.А. Языковая игра с адресатом как особенность креолизованных текстов военно-политического дискурса // Военно-правовые и гуманитарные науки Сибири. – 2021. – № 3(9). – С. 131-137.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ ПРОТИВ АЛКОГОЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

П.П. Богаутдинов., А.И. Наумов, Н.А. Чуркина
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
nb1468@ngs.ru

В статье исследуется эффективность социальной рекламы против алкоголизации молодежи. В рамках работы над статьей было

проведено социологическое исследование среди студенческой молодежи о воздействии социальной рекламы на формирование негативного отношения к употреблению алкоголя. Исследование подтверждает актуальность использования социальной рекламы в борьбе с алкоголизацией молодежи.
Ключевые слова: социальная реклама, алкоголизация, молодежь, рекламные кампании.

Алкогольная зависимость является одной из самых распространенных проблем современного общества. Она касается всех возрастных групп, однако особенно актуальной является проблема алкоголизации молодежи. Употребление алкоголя приводит к возникновению разного рода проблем в состоянии здоровья, а также провоцирует рост преступности и самоубийств.

Среди ведущих задач работы с молодежью важнейшее место занимает формирование привычки к здоровому образу жизни, осмысленному отказу от курения, употребления наркотиков и алкоголя.

Социальная реклама является одним из методов борьбы с проблемой алкоголизации молодежи. Тем не менее, недостаточно просто создать рекламную кампанию о вреде алкоголя, необходимо учитывать многие факторы, такие как правильно подобранная стратегия, целевая аудитория, выбранные методы привлечения внимания и т.д. Это позволяет сделать социальную рекламу более эффективной в борьбе с алкоголизацией молодежи.

Задача социальной рекламы – изменить отношение и поведение целевой аудитории, сделать их осознанными в своих решениях и ответственными перед обществом.

Многие молодые люди даже не представляют в силу своего возраста и неосведомленности в этой теме какую опасность может в себе таить употребление алкоголя [1]. Социальная реклама может использоваться для информирования молодых людей о негативных последствиях потребления алкоголя, например, связанных со здоровьем, отношениями с близкими, с учебой и работой.

Также социальная реклама может показывать тех, кто из-за употребления спиртного потерял работу, страдает от заболеваний, вызванных употреблением алкоголя, испортил отношения с близкими и дрцзьями

Социальная реклама также может работать на уровне профилактики и предотвращения алкогольной зависимости. Реклама может показать положительные примеры людей, которые принимают свои решения об отказе от употребления алкоголя осознанно и ответственно. Такая

реклама помогает изменить восприятие алкоголя и его роль в жизни людей, побуждает к реалистичному и ответственному отношению к алкоголю.

Было проведено социологическое исследование с целью определить, какое отношение сложилось у молодёжи по отношению к социальной рекламе, направленной против алкоголизации. Среди опрошенных были респонденты мужского и женского пола в возрасте от 18 до 24 лет.

Половина опрошенных положительно относится к подобной рекламе. Нейтрально относятся чуть менее 30%, а отрицательно всего 15%.

Большинство респондентов видят рекламу, направленную против алкоголизации молодежи несколько раз в месяц. Представляется, что человек, встречающий несколько раз в месяц напоминание о вреде алкоголя с большой долей вероятности будет помнить о последствиях при употреблении спиртных напитков.

Чаще всего подобная реклама встречается респондентам в сети Интернет, так как что подавляющее большинство современной молодежи проводит свое свободное время и досуг в интернете, в связи с этим шанс увидеть рекламу именно там увеличивается.

Опрос показал, что определенное воздействие на молодежь антиалкогольная социальная реклама все-таки оказывает.

Так, 34% опрошенных эта реклама заставила отказаться от чрезмерного употребления алкоголя, а 11% респондентов заставила отказаться от алкоголя совсем.

В то же время 30% респондентов утверждают, что на них эта реклама никак не повлияла.

Роль социальной рекламы, направленной на борьбу с алкоголизацией молодежи необходимо усиливать. Следует совершенствовать качество такой рекламы, делать ее яркой и запоминающейся. Кроме того, в социальной рекламе необходимо предоставлять фактологическую информацию, отражающую негативные последствия употребления алкоголя, например, показывать статистику преступлений, совершенных в состоянии алкогольного опьянения. В то же время лучше демонстрировать позитивные информационные образы, которые будут не пугать, а воодушевлять молодежь на преодоление болезненных пристрастий.

Также важно, чтобы социальная реклама, направленная против алкоголизации молодежи, показывала негативные последствия традиции семейных застолий, когда старшее поколение демонстрирует пример употребления спиртного молодежи [2].

Таким образом, необходимо максимально полно задействовать потенциал социальной рекламы в противодействии алкоголизации молодого поколения.

Список литературы

1. Кадничанская М. И. Алкоголизация молодежи как социальная проблема / М. И. Кадничанская, К. В. Липатова // Социальное неравенство и социальная справедливость в российском обществе: содержательный и коммуникативный аспекты : Сборник научных трудов. Всероссийская научно-практическая конференция, Ульяновск, 29–30 октября 2021 года. – Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2021. – С. 130-133. – EDN HPPBHV.
2. Усачёва Л. В. Формирование здорового образа жизни студенческой молодежи // Наука и практика в образовании: электронный научный журнал. 2021. №5 (7). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-zdorovogo-obraza-zhizni-studencheskoy-molodezhi-3 (дата обращения: 30.04.2023).

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ

А. С. Болотских, В. С. Беляев, Н.А. Чуркина
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, nb1468@ngs.ru

Важным для будущих профессионалов в области рекламы и связей с общественностью становится знание и соблюдение моральных норм и принципов, которые доминируют в общественном сознании. Формирование у будущих профессионалов в области рекламы и связей с общественностью норм и ценностей профессиональной этики является одной из ключевых задач, которые должны решаться в процессе их профессиональной социализации.

Ключевые слова: реклама и связи с общественностью, студенты, моральные нормы и ценности

Трудно представить себе современное общество без рекламной деятельности. Благодаря рекламе активно развивается производство и продажа товаров и услуг, осуществляется конкуренция между производителями, а покупатели и клиенты получают качественные товары и услуги.

В то же время реклама может нанести значительный ущерб человеку. Покупка разрекламированного товара ненадлежащего

качества может надолго подорвать доверие покупателей к рекламной продукции. А реклама, содержащая этически неприемлемую информацию (актуализация насилия, дискриминации, изображений сексуального плана и пр.) может шокировать целевую аудиторию, вызвать у человека негативные эмоции.

Согласно мнению исследователей, изучение этических аспектов рекламной деятельности обладает важностью и актуальностью по следующим причинам [1]:

1. Общество до сих пор не осознало важность регулирования рекламной деятельности не только с точки зрения правовых норм, но также и по культурно-этическим принципам, вследствие чего значительной частью населения реклама как таковая воспринимается негативно из-за наличия рекламной продукции, не соответствующей этическим нормам;
2. Актуальность вопросов этики рекламы и для участников рекламного процесса (не только для потребителей, но также и для производителей);
3. Выполнение рекламной не только коммерческой, но и социальной функции.

Для подтверждения теоретических исследований важности изучения этических аспектов рекламы среди будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью было проведено исследование среди студентов 3 курса Сибирского государственного университета телекоммуникаций и информатики, обучающихся по направлению «реклама и связи с общественностью». Количество респондентов – 60 человек.

В ходе опроса были получены следующие результаты:

Первый вопрос, который был задан респондентам, звучит следующим образом: «*Как вы считаете, какая первоочередная задача рекламы как таковой?».* Более половины (58,3%) опрошенных высказали мнение, что главная задача рекламы – приносить прибыль заказчику и быть в целом эффективной с коммерческой точки зрения. Четверть респондентов отметила, что для них реклама является в первую очередь способом донести определенные ценности в общество. В целом, результаты не являются удивительными, поскольку реклама (за исключением социальной) сама по себе руководствуется, в первую очередь, коммерческими целями.

Второй вопрос касался того, допустимо ли, с точки зрения респондентов было бы производить и публиковать неэтичную рекламу, которая, тем не менее, может принести прибыль. Были получены следующие результаты: немногим более (51,7%) респондентов высказались, что для них это недопустимо.

Также респондентов спросили, обращают ли они внимание на неэтичную, рекламу, и, если обращают, как они к этому относятся. Оказалось, что студенты замечают такую рекламу (86,7%) и относятся к ней, по большей части, негативно (45% от всех опрошенных, 52% из тех, кто обращает внимание). Тем не менее, четверть опрошенных (29% из тех, кто обращает внимание) лояльно относится к такой рекламе, если она является экономически эффективной (к примеру, привлекает больше внимания, чем иная рекламная продукция).

Таким образом, несмотря на то, что среди студентов, обучающихся по направлению «реклама и связи с общественностью», больше тех, кто негативно относится к неэтичной рекламной продукции, их число совсем не является превалирующим.

Представляется необходимым выработка в обществе однозначных критериев для этической оценки рекламной продукции.

Важная задача учебных заведений формировать у студентов, обучающихся в рамках направления «реклама и связи с общественностью», понимания необходимости соответствовать в своей деятельности требованиям профессионально-этического кодекса, нести личную ответственность перед обществом за результаты своей работы с точки зрения этики.

Таким образом, рекламная продукция не должна пугать и оскорблять чувства потребителей, а также нарушать права человека.

Этические проблемы рекламы актуальны в современном обществе, а потому важно воспитывать в современных студентах и, соответственно, в будущих профессионалах рекламистах, те моральные качества, которые отвечают нормам общества. Важно, чтобы студенты осознавали необходимость моральной стороны своей будущей деятельности, а не нарушали этические принципы под страхом наказания.

Список литературы

1. Акопьянц А. С. Этическая культура рекламы // А. С. Акопянц. — Идеи и идеалы. — 2012. — №1. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/eticheskaya-kultura-reklamy (дата обращения: 05.04.2023).
2. Галавтина А. В., Жарая К. С. Этические аспекты рекламы в борьбе за доверие потребителей // А. В. Галавтина, К. С. Жарая. — Traektoriâ Nauki = Path of Science. — 2016. — №5. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/eticheskie-aspekty-reklamy-v-borbe-za-doverie-potrebiteley (дата обращения: 05.04.2023).

3. Ивлева М. И. Этика и рынок: этический аспект рекламы // М. И. Ивлева. — Социально-гуманитарные знания. — 2010. — №3. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/etika-i-rynok-eticheskiy-aspekt-reklamy (дата обращения: 05.04.2023).

ОСОБЕННОСТИ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ В МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

М.Д. Ванькова, С.Е. Кочеткова, С.Р. Честюнина, Н.Г. Сухорукова
Новосибирский государственный университет экономики и управления
chestuninas.ngs.ru@mail.ru

В работе представлено понятие трудовой мотивации М. Мескона и В. А. Ядова. Рассмотрены классификации мотивов труда Ю. В. Андриановой и С. А. Першуковой и Е. Г. Саранцевой. Изучены типы трудовой мотивации, выделенные В. И. Герчиковым. Проведено эмпирическое исследование методом анкетного опроса среди сотрудников малых предприятий сферы услуг Новосибирской области и представлены его результаты. Выявлены факторы, оказывающие влияние на трудовую мотивацию сотрудников, типы их трудовой мотивации, а также основные проблемы, способствующие ее снижению в малых предприятиях сферы услуг.
Ключевые слова: мотивация, трудовая мотивация, типы трудовой мотивации, В. А. Ядов, В. И. Герчиков.

На сегодняшний день, такие малые предприятия, как кафе, парикмахерские, салоны красоты, фитнес клубы, приобретают все большую популярность и востребованность среди населения Новосибирской области. Однако, в связи со спецификой услуг в данной сфере: сезонность, личный контакт с клиентами, низкий уровень оплаты труда и ее физическая сложность, в этой сфере занятости наблюдается высокая текучесть кадров. Предотвратить эту проблему возможно, уделяя должное внимание трудовой мотивации персонала.

Ученые по-разному трактуют понятие трудовой мотивации, так по мнению М. Мескона, это «процесс побуждения себя и других работать во имя достижения личных и организационных целей» [1]. В.А. Ядов в структуре трудовой мотивации выделяет ядро, включающее содержание трудовой деятельности, заработную плату и возможности

продвижения по карьерной лестнице, а также периферию, которая полностью зависит от конкретных условий труда и жизни работника [2].

Среди мотивов труда, Ю. В. Андрианова и С. А. Першукова выделяют материальные и нематериальные факторы мотивации труда персонала [3, с. 32]. Более широкую классификация мотивов и стимулов представляет Е.Г. Саранцева: удовлетворение материальных и духовных потребностей; личностные мотивы; социальное взаимодействие; статусное самоутверждение; оптимизация жизненного цикла или возможность передачи жизненного опыта [4, с. 196]. Социолог В. И. Герчиков объединил мотивы на 5 основных типов: инструментальный, профессиональный, патриотический, хозяйский и избегательный [5, с. 146].

Нами было проведено исследование с помощью анкетного опроса с целью изучения особенностей трудовой мотивации и факторов, оказывающих влияние на нее для снижения текучести кадров в малых предприятиях сферы услуг.

Объектом исследования являлись сотрудники малых предприятиях сферы услуг Новосибирской области. **Предметом** – особенности трудовой мотивации сотрудников малых предприятий Новосибирской области в сфере услуг и факторы, влияющие на нее.

С помощью инструмента Гугл формы было опрошено 50 сотрудников малых предприятий сферы услуг, анализ данных проводится в программе SPSS Statistics. Распределение респондентов по сферам труда: общественное питание (18 человек), красота и здоровье (15 человек), спорт (6 человек) и другие сферы занятости (10 человек).

В ходе исследования было выявлено, что материальное стимулирование/дестимулирование активно применяется во всех опрошенных нами предприятиях сферы услуг: премия - 60,0%, надбавки (% за личные продажи и чаевые) - 57,8%, социальные выплаты (на проезд, лечение, отдых) - 24,4%, штрафные санкции - 31,1%. Также половина предприятий предоставляет оборудование и расходные материалы, специальную одежду, питание на рабочем месте, корпоративные скидки сотрудникам.

Однако, у 22% случаются задержи выплаты заработной платы, особенно у работников в сфере общественного питания (40%). Более того, большинство не удовлетворены именно объемом материального стимулирования: дополнительными выплатами (30,6%) и заработной платой (26,5%) Поскольку денежные выплаты являются ключевым фактором, повышающим трудовую мотивацию сотрудников, то подобные задержки могут значительно повлиять на удовлетворённость.

При исследовании текучести кадров выяснилось, что среди опрошенных она наблюдается почти у трети предприятий, при наличии постоянного состава сотрудников (87%). Больше половины респондентов оказались студентами вузов (57%) и еще 35% не обучаются в данный момент. Таким образом, текучесть кадров не обязательно связана со студенческой подработкой в этой сфере.

Характер своего труда респонденты оценивают, как: достаточно разнообразный и интересный (почти 50%), средней степени опасности (50%) и физической сложности (61%), невысокой престижности (71%) и со средней возможностью карьерного роста. Поэтому текучесть кадров может быть связана с невысокой престижностью профессии и средними карьерными перспективами, а также проблемой задержек выплат заработной платы и общим недовольством объемами материального стимулирования.

Было установлено, что на многих предприятиях осуществляется помощь в адаптации новым сотрудникам - 57,1%, наставничество - 61,2%, обучение необходимым навыкам - 69,4%, реже предоставляется возможность повышения квалификации (44,9%) и продвижения по карьерной лестнице (34,7%). Более того, рабочий коллектив малых предприятий сферы услуг сплочен. Многие респонденты отмечают, что у них на предприятии дружеская атмосфера (80%), сотрудники помогают друг другу на рабочем месте (84%) и ощущают себя членами единого коллектива (59%). В результате, можно сделать вывод, что руководители предприятий стремятся обучать сотрудников и содействовать их адаптации, чтобы снизить текучесть кадров и повысить качество и эффективность работников.

Среди факторов неудовлетворенности трудом опрошенные почти единогласно выделяют проблему неравномерной нагрузки в течение дня и недели и между сотрудниками. Также 22% сотрудников не удовлетворены интенсивностью труда. Особо остро ощущают эту проблему работники сферы общественного питания (39%).

Таким образом, по результатам проведенного нами исследования было выявлено, что основными типами трудовой мотивации на малых предприятиях сферы услуг является инструментальный и профессиональный.

Основными проблемами малых предприятий сферы услуг, способствующих снижению трудовой мотивации являются: задержки выплат заработной платы; неудовлетворенность размером заработной платы и процентом от личных продаж; высокая интенсивность труда; неравномерная нагрузка обязанностями в течении дня и недели; текучесть кадров почти у трети предприятий, но при наличии

постоянного состава сотрудников; невысокой престижность профессии и невысокие карьерные перспективы.

С другой стороны, большое внимание уделяется адаптации новых сотрудников и их обучению, наставничеству и повышению квалификации, что значимо для профессионального типа мотивации сотрудников. Более того, для многих ключевым фактором при выборе профессии выступала возможность свободного общения с коллегами, поэтому формирование благоприятной социально-психологической среды может способствовать снижению текучести кадров.

Список литературы

1. Носов А.Д. Совершенствование системы мотивации персонала кафе // Human progress. — 2018. — Т. 4. – №. 9. — 12 с.
2. Ядов В.А. Мотивация труда: проблемы и пути развития исследований // Советская социология. – 1982. – Т. 2. – С. 118-129.
3. Андрианова Ю.В., Першукова С.А. Исследование влияния методов мотивации персонала в организациях сферы услуг // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2020). – 2020. — С. 32-34.
4. Саранцева Е.Г. Оценка системы мотивации персонала малого предприятия и направления ее совершенствования // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2018. — Т. 2. — №. 3. — С. 194-199.
5. Хандус М.Ю. Применение концепции В.И. Герчикова в системе мотивации персонала // Вестник магистратуры. — 2017. — №. 2-2. — С. 144.

СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА РЫНОК ТРУДА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ: АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ АСПЕКТОВ

Д.Д. Зайнутдинова, А.С. Мельникова
Новосибирский государственный технический университет
zaynutdinova_daria@mail.ru

В работе представлены результаты исследования отдельных элементов стратегий выхода на рынок труда студенческой молодежи на примере учащихся Новосибирского государственного технического университета. Проанализированы представления учащихся о перспективах их трудоустройства, предпочитаемые ими пути поиска

работы, оценки востребованности получаемой профессии на современном рынке труда, а также используемые ими способы повышения своей конкурентоспособности как специалистов.
Ключевые слова: высшее образование, стратегия, рынок труда, занятость, молодежь, студенческая молодежь

Сегодня проблема выхода выпускников ВУЗов на рынок труда привлекает достаточно много внимания. По мнению работодателей, у выпускников ВУЗов нет необходимых компетенций, и сами вчерашние студенты иногда завышают требования к оплате их труда. Многочисленные изменения в условиях экономической деятельности предполагают, что работник должен иметь определённый набор информационных и поведенческих навыков, которые позволяют успешно взаимодействовать с людьми. Среди таковых умение работать с информацией, стрессоустойчивость, знание иностранных языков, навыки самоорганизации, презентации и визуализации, коммуникативные способности и пр. В связи с этим молодому специалисту нужно с самого начала обучения в высшем учебном заведении уделять особое внимание формированию данных навыков.

Однако, указанные навыки и знания являются, в первую очередь, ресурсы, которые могут быть использованы для достижения основной цели – успешного трудоустройства. Чтобы достичь успехов на рынке труда, человеку необходимо придерживаться определённой *стратегии*, позволяющей эффективно использовать наличные ресурсы для достижения некоторой обозримой цели.

В рамках стратегического планирования личностью, во-первых, осуществляется определение этапов, целей и способов их достижения. Во-вторых, производится осуществление планов, преодоление возникающих трудностей. В-третьих, употребляется творческая составляющая, способствующая успешному самовыражению, всесторонней самореализации [1]. Стратегия предполагает принятие или определение приоритетов на долговременную перспективу. В целом, стратегию можно рассматривать как «способ и усилия для осуществления перехода из настоящего в желаемое будущее; субъектное видение своих целей жизни и этапов их достижения» [2].

В социологических исследованиях большинство авторов описывает стратегии в контексте сложных жизненных ситуаций, например, трудоустройства. Существует огромное количество трактовок понятия «рынок труда», различающихся методологическими основаниями анализа. Е.Г. Теличева даёт следующее определение рынку труда: «это динамическая система социально-трудовых отношений по поводу

условий найма, использования и обмена рабочей силы на жизненные средства, с механизмом самореализации, спроса и предложения, функционирующая на основе информации, поступающей в виде изменения цены труда»[3]. Рынок труда, по мнению В.С. Буланова, являет собой своеобразные товарно-денежные отношения, связанные с использованием профессиональных способностей и их вознаграждением [4]. Для успешного трудоустройства на современном этапе социально-экономического развития общества человеку важно не только иметь необходимый профессиональный опыт и знания, сформировать востребованные рынком труда личностные качества, но и реализовывать определенную стратегию поведения на рынке труда, что обеспечит ему большую конкурентоспособность. В этом ключе представляется актуальной задача анализа стратегий выхода на рынок труда студенческой молодежи, как наиболее перспективной категории рабочей силы.

Эмпирическим объектом данного исследования (2022 год проведения) является студенческая молодежь Новосибирского государственного технического университета. Выборочная совокупность представлена студентами 2-4 курсов, обучающимися на очном отделении по программе бакалавриата (n = 81 чел.).

При анкетировании респондентам было предложено оценить свои шансы послевузовского трудоустройства. Почти 38% опрошенных сомневаются, что смогут найти устраивающую их работу после окончания ВУЗа, 29% полностью уверены в своих возможностях, 11% совсем не уверены, что найдут работу, 15% затрудняются с ответом. При этом 37% опрошенных собираются размещать своерезюме на платформах онлайн-рекрутинга, 12% собираются искать работу через знакомых, 5% надеются закрепиться в организации после прохождения практики, 22% уже работают и собираются продолжить трудовую деятельность. Таким образом, свыше трети респондентов смотрят на послевузовское трудоустройство без особого оптимизма, однако готовы предпринимать активные действия для решения данного вопроса.

Почти половина респондентов затрудняется с ответом на вопрос о перспективах и целесообразности прохождения курсов повышения квалификации, курсов переподготовки или же языковых курсов, 27% планируют проходить курсы, причем самыми популярными направлениями являются сфера маркетинга, менеджмента и курсы английского языка. Что касается практических навыков, то 57% считают, что уже имеют практические навыки работы в рамках получаемой специальности, которые приобрели на учебных и производственных практиках в ВУЗе.

Проанализируем степень осведомленности студентов НГТУ о востребованности их будущих профессий на современном рынке труда. 24% опрошенных изучали вопрос востребованности поверхностно, 22% активно интересуются этим вопросом в настоящее время, 21% изучали этот вопрос задолго до поступления в ВУЗ, а 11% совсем не анализировали рынок труда. Что касается способа оценивания востребованности профессии на рынке труда, то самым популярным среди респондентов оказался вариант «Читал/-а, слушал/-а интервью и выступления специалистов в данной сфере» (29%), 23% смотрели сайты по поиску работы, 19% читали аналитику, изучали статистику по данному вопросу, 13% это не интересно, поэтому они ничего не изучали, 11% анализировала мнения и оценки родственников, друзей, знакомых. Самыми редкими вариантами ответа стали: «Общалась непосредственно с представителями компаний»; «Слушал преподавателей, смотрел вакансии» и «Читала об этом в интернет, а также на сайте ВУЗа, где есть информация о том, где работают выпускники».

Таким образом, студенты активно интересуются вопросом востребованности своих будущих профессий на рынке труда, видят определенные трудности с трудоустройством сразу после окончания ВУЗа, однако собираются проявлять активность в поиске работы, имея в качестве ресурса практические навыки, приобретенные в процессе обучения, а также теоретические знания и практические навыки, полученные на курсах повышения квалификации и профессиональной переподготовки.

Список литературы

1. Абульханова-Славская К.А. Стратегии жизни. - М. : Мысль, 1991. – С. 127-140.
2. Алиев Ш.И. Понятие и типы жизненных стратегий // Известия ДГПУ. Общественные и гуманитарные науки. 2012. №1. С. 94-100.
3. Теличева Е. Г. Формирование рынка труда как социального института в условиях трансформирующегося российского общества: Дис. … канд. социол. наук. Хабаровск, 2003.
4. Рынок труда: учебник / под ред. В. С. Буланова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Экзамен, 2008. 448 с.

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА Г. НОВОСИБИРСКА

А.А. Исаева, С.В. Ровбель
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
yfcnz-ufkbekbyf@mail.ru

В статье представлены результаты эмпирического исследования гендерных аспектов предпринимательства г. Новосибирска. Были изучены мотивы и особенности предпринимательской деятельности женщин и мужчин, оценена степень гендерной асимметрии предпринимательства, выявлены факторы, влияющие на гендерные различия предпринимательской деятельности. В статье предложен ряд рекомендаций по совершенствованию условий ведения предпринимательской деятельности с учетом выявленных проблем.
Ключевые слова: предпринимательство, гендерные аспекты предпринимательства, гендерная асимметрия, гендерное неравенство

Современная российская государственная политика придает предпринимательству особое значение, связывая с динамичным развитием этого сектора экономики достижение важнейших целей социально-экономического развития государств и отдельных территорий [1]. Тем не менее в рамках патриархальной парадигмы, все еще сохраняющей влияние в России, предпринимательство традиционно считается «мужским занятием», а предназначение женщины – роль матери и жены [3]. В связи с этим для женщин значительно осложняется процесс ведения предпринимательской деятельности и, как следствие, развитие предпринимательства в целом.

В 2023 году было проведено эмпирическое исследование гендерных аспектов предпринимательства. В ходе исследования было опрошено 124 предпринимателя г. Новосибирска – распределение респондентов по полу было равным, возраст большинства респондентов (65,4%) – 30-49 лет. Наиболее распространенными сферами предпринимательской деятельности среди респондентов оказались «потребительские услуги» (21,8%), «розничная торговля» (19,4%), «производственные услуги» (18,5%), «оптовая торговля» (15,3%) и «производство» (14,5%).

Большинство предпринимателей принимали решение об открытии своего дела не более одного года (92,8%). Однако в ходе анализа был выявлен ряд гендерных различий: мужчины чаще принимают решение

об открытии своего дела быстрее – в течении полугода, чем женщины, которым в большинстве случаев требуется от полугода до года.

Около половины предпринимателей утверждают, что полностью или в большей степени были уверены в успехе (52,4%), другая половина предпринимателей утверждает об обратном. Однако мнения респондентов об уверенности в собственном успехе при открытии своего дела имеют гендерные различия – женщины практически всегда не уверены, мужчины – напротив, свойственна высокая степень уверенности в успехе.

Ведущими мотивами начала предпринимательской деятельности являются «увеличение дохода» (52,4%), «возможность работать на себя, свобода и независимость» (51,6%) и «возможность совмещать работу и личную (семейную) жизнь» (32,2%). 62,1% предпринимателей характеризуют их как «добровольные», 37,9% респондентов – как «вынужденные». Однако мотивы мужчин-предпринимателей преимущественно не являются вынужденными, в то время как практически все женщины-предприниматели приняли решение об открытии своего дела из-за отсутствия других вариантов заработка, невозможности совмещать семейную жизни и имеющуюся работу, многочисленных отказов от работодателей и длительной безработицы.

Респондентам было предложено охарактеризовать свой ежемесячный доход относительно средней заработной платы жителей Новосибирской области – около 50 тысяч рублей (по данным Росстата). У подавляющего большинства доход выше указанной суммы: у 55,7% респондентов значительно выше, у 25% респондентов – незначительно. Среди предпринимателей, чей доход значительно выше средней заработной платы по НСО, преобладают мужчины, в то время как среди предпринимателей с таким же доходом или более низким – женщины. Также женщины сталкиваются с финансовыми проблемами чаще, чем мужчины, и в большей степени опасаются изменений экономической ситуации на уровне страны.

Четверть респондентов часто сталкиваются с гендерными стереотипами в свою стороны при реализации предпринимательской деятельности, 36,3% респондентов часто сталкивались с гендерной дискриминацией со стороны близкого окружения, 29% респондентов – со стороны профессионального сообщества. Для более точной оценки гендерных аспектов предпринимательства был проведен кластерный анализ; для кластеризации были использованы упомянутые выше переменные – влияние гендерных стереотипов, гендерная дискриминация со стороны окружения и профессионального сообщества. В кластер «Высокий уровень гендерной дискриминации»

вошли только женщины-предприниматели, в то время как кластер «Низкий уровень гендерной дискриминации» практически полностью представлен мужчинами-предпринимателями. Из этого следует, что женщины-предприниматели в большинстве случаев сталкиваются с гендерными стереотипами и дискриминацией. Также около половины предпринимателей (54,1%) часто или время от времени испытывают трудности из-за совмещения работы и личной жизни, воспитания детей, выполнения бытовых дел. Однако эта проблема имеет большее влияние на предпринимательскую деятельность женщин, чем мужчин

Таким образом, исследовательская гипотеза подтвердилась: в настоящее время существуют гендерные различия в ведении предпринимательской деятельности в г. Новосибирске.

В настоящее время поддержка «женского» предпринимательства является важной задачей в развитии предпринимательства и российской экономики в целом. Перспективным направлением совершенствования условий ведения предпринимательской деятельности выступает развитие сферы финансовой поддержки женщинам-предпринимателям со стороны банковских организаций. Другим направлением выступает повышение эффективности деятельности организаций, содействующих развитию предпринимательства [2]. Для преодоления такой проблемы, как гендерная асимметрия, необходимо активное развитие и поддержка женского предпринимательства, содействие участию женщин в бизнесе на равных условиях с мужчинами.

Список литературы

1. 1.Алгада Х. Женское предпринимательство как предмет научных исследований // Вестник ВУиТ. – 2021. – № 1 (47). – С. 5-12.
2. Бажин А. С., Светайло Р. В., Овчинников А. С. Влияние гендерных стереотипов на развитие российского предпринимательства // Экономика и социум. – 2014. – № 3-1 (12). – С. 121-124.
3. Баскакова М. Е. Гендерная асимметрия малого бизнеса (на примере Москвы) // Мир новой экономики. – 2019. – № 3. – С. 100-111.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА К ИММИГРАНТАМ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

М.С. Качевская, В.В. Копылова, И.В. Милованов, Е.В. Наумова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
viktoriya10.03@mail.ru, nameforstudy111@gmail.com, igor.milovanov.90@mail.ru

В статье поднимаются вопросы, рассматривающие проблемы студенческой иммиграции в Российскую Федерацию. В ней будут представлены результаты исследования отношения студентов вузов к иностранным студентам, определены положительные и негативные тенденции развития иммиграционной политики в образовательной среде.

Ключевые слова: иммигранты, студенческая молодежь, образовательная иммиграция, научная сфера

Одной из сфер иммиграционной политики является образование. Образовательная иммиграция представляет собой процесс передвижения индивидов или различных социальных групп из одной страны в другую с целью приобретения образования разных ступеней и уровней, включающий в себя их адаптацию к образовательной среде. Прежде всего, образовательная иммиграция ориентирована на приобретение новых знаний, профессиональных навыков и научного опыта, а также предполагает получение образования и повышение квалификации путем прохождения различных учебных практик, стажировок и образовательных курсов [1].

Исследовательский интерес представляет возможности адаптации иностранных студентов, а также отношение к ним студентов-россиян.

Нами была изучена проблема образовательной иммиграции на территории РФ. По количеству иностранных студентов иммигрантов на сегодняшний день Россия занимает 6 место в мире. На 2022 год число иностранных студентов составило 351 тыс. Среди них с целью получения высшего образования приезжают студенты из Казахстана (61 тыс. студентов), Узбекистана (48,7 тыс. студентов), Китая (32,6 тыс. студентов), Туркменистана (30,6 тыс. студентов), Таджикистана (23,1 тыс. студентов), Индии (16,7 тыс. студентов), Египта (12,4 тыс. студентов), Беларусии (10,2 тыс. студентов), Украины (9,1 тыс. студентов) и Киргизии (8,6 тыс. студентов) [2].

Для выявления отношения студентов города Новосибирска к иностранным учащимся было проведено социологическое исследование отношения студенческой молодежи к иммигрантам в сфере образования. В исследовании приняли участие студенты города Новосибирска, обучающихся на 1 и 2 курсах. Всего было опрошено 127 респондентов.

Первый вопрос касался наличия знакомых или друзей в вузе иностранных студентов. Согласно полученным данным, большая часть респондентов (48%) подтвердили присутствие в их окружении студентов иммигрантов.

Далее нами было проанализировано отношение студентов к иммигрантам в образовательной и научной сферах. Респондентам были предложены несколько утверждений, предполагавшие положительную, отрицательную или нейтральную оценку. На высказывание «Иммиграция студентов улучшает развитие страны в научной сфере» большинство (56%) ответили положительно, четверть респондентов (25%) дали отрицательную оценку влияния мигрантов на развитие науки и 19% опрошенных заняли нейтральную позицию. Таким образом, студенты города Новосибирска считают, что иммиграция иностранных студентов способствует развитию научной деятельности в образовательных учреждениях.

Следующее высказывание касалось ускорения темпов развития страны благодаря увеличению специалистов-иммигрантов в разных общественно значимых сферах. 59% опрошенных положительно относятся к привлечению иммигрантов в экономику и социальную сферу страны. Около 26% студентов отрицательно отнеслись к данной тенденции и 15% придерживаются нейтральной позиции. Таким образом, студенческая молодежь города Новосибирска положительно относится к образовательной иммиграции, поскольку обучение иностранных студентов способствует увеличению числа квалифицированных специалистов в различных сферах общества.

Одно из высказываний касалось проблемы взаимодействия студентов города Новосибирска и студентов иммигрантов: «Студенты иммигранты способствуют развитию межкультурных связей». Более половины опрошенных (54%) ответили утвердительно. Отрицательно к высказыванию отнеслась четверть респондентов - 25%. Согласно полученным данным, можно сделать вывод о том, что иностранные студенты оказывают положительное влияние на развитие межкультурных связей, по мнению новосибирских студентов.

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что большинство опрошенных студентов положительно относятся к

студентам иммигрантам. В РФ необходимо проводить более эффективную политику для привлечения студентов иммигрантов в образовательные учреждения страны с их последующей ассимиляцией в соответствии с экономическими, научными и культурными целями страны.

Подводя итоги исследования, можно отметить, что иммиграция в большинстве случаев оценивается студентами как положительное явление, а приток молодежной иммиграции может способствовать достижению социальных и экономических целей страны, развитию образования и науки, стабилизации демографической ситуации.

Список литературы

1. Хаджаев, З. Ш. Образовательная иммиграция в Россию: сущность и проблемы адаптации // Миграция как ресурс социально-экономического и демографического развития: Сборник статей / Под редакцией: Рязанцева С.В., Храмовой М.Н., А.С. Максимовой. – М/: ООО "Издательство "Экон-Информ". – 2019. – С. 380-386.
2. Число иностранных студентов в России за три года выросло на 26 тысяч // Министерство науки и высшего образования [Электронный ресурс]. URL: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/46158/ (дата обращения: 29.04.2023)

НЕПРОФИЛЬНОЕ ТРУДОУСТРОЙСТВО СТУДЕНТОВ ВУЗОВ Г. НОВОСИБИРСКА

Д.В. Климачкова, Н.Г. Сухорукова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
klimachkova.d.v@mail.ru

В статье представлены результаты социологического исследования непрофильного трудоустройства студентов вузов г. Новосибирска. Были изучены мотивы трудовой деятельности студентов, определены факторы выбора непрофильного трудоустройства, изучены карьерные ориентации студентов на краткосрочную и долгосрочную перспективу, выявлены проблемные аспекты трудоустройства студентов.

Ключевые слова: непрофильное трудоустройство, трудоустройство студентов, вторичная занятость студентов, работающие студенты.

Вторичная занятость современных студентов становится распространенной практикой, в связи с чем вопросы непрофильного трудоустройства приобрели особую значимость для исследователей [2].

В 2023 году было проведено социологическое непрофильного трудоустройства студентов вузов г. Новосибирска. В ходе исследования было опрошено 176 студентов 1-4 курсов следующих вузов – НГУ, НГУЭУ, НГТУ, НГПУ. Общий опыт работы большинства респондентов (64,2%) не превышает двух лет, наиболее распространенными сферами трудовой деятельности студентов являются сфера общественного питания (19,3%), сфера «красоты» (17,6%), маркетинг и реклама (16,5%), администрирование (15,9%), торговля и продажи (14,2%).

Наиболее значимыми критериями при выборе работы для респондентов являются заработная плата (84,7%), гибкий график работы (82,4%), возможность совмещать работу с учебой (75%), удобное местоположение (62,5%).

Для большинства студентов основной причиной трудоустройство выступило улучшение материального положения. При ответе на вопрос о том, какой вариант описывает мотивы работы в настоящее время – «работа ради улучшения материального положения» или «работа ради получения профессиональных навыков и опыта», 73,9% респондентов выбрали первый вариант.

Для оценки удовлетворенности студентов непрофильным трудоустройством был проведен кластерный анализ, были использованы следующие переменные: удовлетворенность заработной платой, трудовой нагрузкой, сферой трудовой деятельности, работой в целом. Большинство респондентов (47,7%) вошли в кластер «студенты, полностью удовлетворенные непрофильным трудоустройством»; 34,7% респондентов – в кластер «студенты, частично удовлетворенные непрофильным трудоустройством»; 17,6% респондентов – в кластер «студенты, неудовлетворенные непрофильным трудоустройством». Таким образом, большинство студентов удовлетворены непрофильным трудоустройством.

У студентов отсутствует опыт работы по специальности (83,5%), несмотря на то что только четверть респондентов при трудоустройстве искали, в первую очередь, непрофильную занятость, в то время как 29% респондентов – в первую очередь искали профильную занятость, 45,5% респондентов – как профильную, так и непрофильную. Большинство респондентов (73,3%), утверждают, что не смогли найти подходящий

вариант по специальности, поэтому отдали предпочтение непрофильной занятости.

Однако большинство респондентов после окончания вуза планируют работать по специальности. Помимо этого, 67,7% респондентов утверждают, что имеющаяся работа является временным вариантом, на период обучения в вузе. Таким образом, студенческая молодежь отдает предпочтение непрофильному трудоустройству на краткосрочную перспективу, во время обучения в вузе, из-за условий работы.

Удовлетворенность студентов собственным выбором специальности и вузом является важным фактором в принятии решения о профильном или непрофильном трудоустройстве [4]. Студенты удовлетворены выбранным вузом и специальностью – при оценке по пятибалльной шкале средние значения составили «4,07» и «3,74» соответственно. Также студенты высоко оценивают качество получаемого образования и востребованность выпускников вуза, в котором обучаются, на рынке труда. Однако, по мнению респондентов, вуз оказывает недостаточное содействие в трудоустройстве студентов (68,8%). Также в вузе редко проводятся мероприятия по содействию трудоустройства студентов (73,9%), уровень информированности студентов о проведении подобных мероприятиях также является низким.

Таким образом, студенческая молодежь отдает предпочтение непрофильному трудоустройству на краткосрочную перспективу, во время обучения в вузе, из-за условий работы.

Подводя итоги, можно утверждать о наличии ряда проблемных аспектов в области трудоустройства студентов – студенты ориентируются на материальные аспекты трудовой деятельности, отказываются от работы «по специальности» из-за низкой оплаты труда, невозможностью совмещать учебную и трудовую деятельности, помимо этого, по мнению студентов, на рынке отсутствует достаточное количество вакантных мест для молодых специалистов.

Современные вузы должны уделять большее внимание осведомленности студентов о существовании и основных функциях служб занятости и других государственных органов, которые специализируются на содействии населению в поиске работы [1]. Также актуальными направлениями по содействию трудоустройству студентов являются специальные мероприятий для поиска работы студентами («Дни карьеры», «Ярмарки вакансий» и т.д.) и программы наставничества. Это позволит студентам найти работу, соответствующую их профилю подготовки, получать

профессиональные навыки и опыт, а не только улучшать материальное положение.

Список литературы

1. Зубок Ю. А. Молодые специалисты: проблема подготовки и положение на рынке труда // Социологические исследования. – 2015. – № 5. – С. 114-122.
3. Клячко Т. В., Семионова Е. А. Трудоустройство молодежи на первую работу // Экономическое развитие России. – 2019. – № 12. – С. 48-56.
4. Мухаметьянова А. А., Ишембитова Г. Г. Обеспечение занятости и трудоустройства // E-Scio. – 2019. – № 6 (21). – С. 58-60.
5. Романов В. А. Проблемы трудоустройства современной молодежи // Молодой ученый. – 2020. – № 27. – С. 71-73.

ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ВИДЫ И ФАКТОРЫ ВЫБОРА

С. О. Конинина, С. А. Ильиных
Новосибирский государственный университет экономики и управления
skonininas@mail.ru

В статье рассмотрены понятие досуга, его характеристики, виды досуговой деятельности студенческой молодежи и факторы, влияющие на выбор той или иной досуговой деятельности. Проанализированы результаты исследований на досуговую тематику.
Ключевые слова: досуг, свободное время, студенческая молодежь, факторы выбора досуга, виды досуга.

Досуговая деятельность любого человека рассматривается как сфера жизни, включающая в себя все формы свободного времени и деятельности, которые не связаны с работой, получением образования, различными обязанностями и т.д. Досуг предполагает деятельность, направленную на получение удовольствия, развлечение, самосовершенствование, достижение тех или иных целей [1, с. 31]. Социокультурное предназначение досуга студенческой молодежи – это «творческое поведение (взаимодействие с окружающей средой) людей в свободном выборе рода занятий и степени активности в

пространственно-временной среде, детерминированной внутренними потребностями, мотивами, установками, выбором форм и способов поведения и внешними факторами, порождающими поведение» [3, с. 104].

В рамках исследования досуга молодежи досуговую деятельность классифицировали по видам деятельности:

1. Отдых - просто отдых, спорт, физическая культура, прослушивание музыки или аудиокниг, чтение, туризм и т.д.
2. Развлечения – посещение кинотеатров, театров, выставок, социальные сети (общение, просмотр ленты, интернет-серфинг), просмотр видео контента на YouTube, просмотр телепередач или шоу, компьютерные игры и т.д.
3. Творчество – хобби, посещение творческих студий (вязание, рисование, лепка) и т.д.
4. Самообразование – самообразование и научная деятельность.
5. Праздники – посещение баров, клубов, дискотек, организация праздников [3, с. 114].

В рамках данного исследования представлены выводы о росте интереса респондентов к самообразованию, творчеству и развлечениям, связанным с цифровой средой. Но заметна и отрицательная тенденция – снижение интереса к спорту, физической активности, туризму, посещению выставок, театров и кинотеатров.

На выбор досуга влияет ряд факторов, таких как социально-экономический статус, семейное положение, социальное окружение, повседневные привычки и ориентиры и т.д.

1. Семейное положение: в области студенческой молодежи существует такое явление, как студенческие семьи, что является фактором выбора досуга. Наличие постоянного партнера и детей влияет на количество свободного времени и финансы, благодаря которым возможно реализовать ту или иную досуговую деятельность. В рамках данного фактора отметим и проживание в родительской семье, что также соотносится с количеством свободного времени и финансами [2, с. 135].
2. Гендер: Женщины и мужчины проводят свой досуг по-разному в связи с различными моделями социального поведения.
3. Социально-экономический статус: количество доходов предполагает определенный круг форм досуговой деятельности, которую индивид может себе позволить. Уровень получаемого образования определяет предпочтения индивида и круг интересов, что ограничивает виды досуговой деятельности [2, с. 135].

4. Влияние среды, в которой индивид проходил социализацию и проживает в данный момент. В ходе первичной социализации формируются привычки и ценностные установки индивида. Условия первичной социализации определяются прежде всего социально-экономических положением родителей, играют роль их образование, материальное положение, статусы. Важное значение имеет место жительства индивида, которое может ограничивать доступность мест для реализации досуговой деятельности. Кроме того, к влиянию среды относится окружение индивида и его установки. Некоторые виды досуга индивиды могут реализовывать «за компанию», либо же под чьим-то давлением [2, с. 135].

В рамках исследования влияния тех или иных факторов на реализацию досуговой деятельность сделан ряд выводов. Материальное положение не оказывает значимого влияния на выбор. Таким образом, вне зависимости от материального достатка индивиды могут реализовывать желаемую деятельность. В ходе исследования выявилась значимость семейного положения, так как подтвердилась гипотеза о влиянии наличия или отсутствия партнера и детей на количество свободного времени и финансов. Проживание в сельской местности ограничивает молодежи разнообразие форм проведения досуговой деятельности, а также первичная социализация в сельской местности не формирует у индивидов потребность к разнообразному проведению свободного времени. Выбор досуга респондентов по большей части связан с социально-экономическим положением индивида, а также с окружением.

Таким образом, результаты рассмотренных исследований показали, что студенческая молодежь реализует разнообразную досуговую деятельность, отдых, развлечения, спорт, самообразование и т.д. Также существует ряд факторов, оказывающих влияние на выбор досуга. Значимую роль в выборе вида деятельности студенческой молодежью в свободное время оказывает социально-экономический фактор, отражающий положение индивида в социуме, материальное положение, уровень получаемого образования, социальное окружение, а также доступность учреждений для досуга.

Список литературы

1. Белозерова И.А., Крикун Е. В. Мониторинг культурно-досуговой деятельности студенческой молодежи / И. А. Белозерова, Е. В. Крикун // АНИ: педагогика и психология. 2020. №3 (32). С. 30-34.

2. Каравай А. Досуговая активность российской молодёжи: основные типы и факторы выбора / А. Каравай // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2020. №1-2 (130). С. 130-139.
3. Кульминская А. В. Досуг студенческой молодежи: результаты мониторингового исследования / А. В. Кульминская, Л. Д. Забокрицкая // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2021. Том 7. No 4 (28). С. 102-120.

РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМИРОВАНИЯ СОЦИУМА О СОЗДАНИИ НОВЫХ СИЛОВЫХ ИНСТИТУТОВ И ФОРМИРОВАНИЯ ДОВЕРИТЕЛЬНОГО ОТНОШЕНИЯ К НИМ

Д.А. Королев, А.А. Глибина
Новосибирский военный институт имени генерала армии
И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации
Anna.Glibina@inbox.ru, korolev_da@internet.ru

В период напряжённой геополитической ситуации реклама Росгвардии может оказать положительное влияние на формирование доверия к этой силовой структуре. Go результатам анкетирования реклама является одним из основных источников знаний студентов о Росгвардии, однако респонденты имеют смутные представления о данном институте власти, что снижает уровень доверия к нему.
Ключевые слова: Росгвардия, реклама, социальная группа.

Будучи достаточно новой силовой структурой, Росгвардия появилась в результате реформирования внутренних войск МВД России в 2016 году.

Перед Росгвардией стоит ряд задач, от выполнения которых зависит внутренняя и нередко внешняя безопасность России. Однако, несмотря на то, что данное силовое ведомство уже функционирует на протяжении практически 7 лет, осведомлённость граждан Российской Федерации о его деятельности невысокая, в результате чего уровень доверия социума к Росгвардии достаточно низкий.

Актуальность настоящего исследования состоит в том, что вследствие изменения социально-экономической и геополитической ситуации возникла необходимость повышения уровня доверия социума к Росгвардии как к структуре, обеспечивающей безопасность граждан в

достаточно агрессивной информационной среде. Для этого необходимо проанализировать, играет ли реклама какую-либо роль при информировании населения о Росгвардии.

Гипотеза данной работы состоит в том, что основная масса населения России имеет нечёткое представление о том, что такое Росгвардия, и какие функции она выполняет. Поэтому уровень доверия к этой силовой структуре достаточно низкий, что делает российское общество более уязвимым в ходе информационной войны, оказывающей заметное воздействие на социальные группы, мировоззрение которых находится в процессе становления, в частности, студентов.

Материалом для настоящего исследования послужили отобранные методом сплошной выборки рекламные тексты, освещающие деятельность Росгвардии (15 единиц) либо нацеленные на набор сотрудников в данное силовое ведомство, находящиеся в свободном доступе в сети Интернет.

Согласно Савельевой О.О., реклама является системным компонентом социальной жизни. Она имеет ряд функций, среди которых особую важность для настоящего исследования имеют информационная и прагматическая. Благодаря реализации данных функций образуются новые связи в системе «личность-группа-общество», меняются модели поведения людей, и социальных групп, трансформируются стереотипы, ценностные ориентации и т.д. [1].

В настоящем исследовании вслед за Земсковым С.Б. реклама будет рассматриваться как «одна из форм массовой коммуникации, входящая в сферу общественных связей и отношений, в которой создаются и распространяются … информативно-образные, экспрессивно-суггестивные тексты … о товарах, услугах, идеях» [2. с. 99] для оказания воздействия на сознание потребителей с целью побудить к нужным действиям, выбору и т.д.

Согласно Карягиной А. В., будучи включённой в социальные процессы, реклама представляет информацию для адаптации и социализации потребителей в экономическую и культурную сферы, а также способствует усвоению позитивно ориентированных установок, которые нацелены на стабилизацию общества [3].

Реклама силовых ведомств не получила широкого распространения в России, что негативно отражается на уровне осведомлённости социума о сущности новых институтов власти, а также их задачах.

Так, Росгвардия была образована согласно Указу Президента путём преобразования внутренних войск МВД России в апреле 2016 года.

Её основными задачами являются участие в охране общественного порядка, обеспечении общественной безопасности; охрана важных государственных объектов, специальных грузов; участие в борьбе с терроризмом и экстремизмом; участие в территориальной обороне Российской Федерации; надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации в области оборота оружия и др. Таким образом, Росгвардия призвана выполнять ряд функций, необходимых для обеспечения безопасности как самого государства, так и его граждан.

Однако согласно исследованию, проведённому в 2016 году, только 52% опрошенных слышали о создании Росгвардии, но лишь смутно представляли, чем она занимается, а 47% респондентов никогда не слышали о создании нового федерального органа исполнительной власти [4, с. 104-105].

При написании данной работы была предпринята попытка выявить уровень осведомлённости такой социальной группы, как студенты, о деятельности Росгвардии. В феврале 2023 года было проведено анкетирование, участие в котором приняли 124 респондента (студенты 1 и 4 курсов бакалавриата и магистранты 1 года обучения НГТУ). Из них 80 респондентов мужского пола и 44 респондента женского пола. Возрастной диапазон респондентов составил от 17 до 25 лет.

Респондентам было предложено ответить на следующие вопросы:

– Знаете ли вы о существовании Росгвардии?
– Откуда вы узнали о существовании Росгвардии?
– Какие функции выполняют сотрудники Росгвардии?

Было выявлено, что подавляющее число респондентов знают о существовании Росгвардии, однако 8% не помнят, откуда они узнали о Росгвардии, 2% узнали о существовании Росгвардии во время анкетирования.

Источниками информации о Росгвардии выступили: интернет (соцсети), школа (уроки ОБЖ, сотрудники сами проходили и по договорённости с директором проводили беседы на классных часах), родители, СМИ (реклама, новости), работа, случайно увиденные на улице (около подъезда, на общественных мероприятиях) сотрудники / машина Росгвардии и т.п., задержание, родственники являются сотрудниками Росгвардии, тренировки в лагере Росгвардии. Респонденты признались, что целенаправленно никогда не интересовались, что представляет собой Росгвардия, чем занимаются её сотрудники и т.п.

При этом только 66% респондентов указали, что знают, какие функции выполняет Росгвардия. Остальные респонденты затруднились

ответить на этот вопрос. Кроме того, респонденты отметили, что не знают, в чём разница между Росгвардией и МВД.

Таким образом, реклама могла бы оказать положительное воздействие на уровень осведомлённости студентов о деятельности данного силового института, повысив уровень доверия и стабильности в обществе, поскольку респонденты продемонстрировали инертность и незаинтересованность в деятельности силового института (респонденты признали, что сами вряд ли стали когда-либо целенаправленно искать информацию о Росгвардии).

Список литературы

1. Савельева О.О. Социология рекламного воздействия. Дис. … докт. соц. н.. М., 2006. – 517 с.
2. Земсков С.Б. Реклама в исследовательском поле социологии управления // Вестник Поволжского института управления. 2008. - С. 96-100.
3. Карягина А.В. Креативность рекламной деятельности в российском обществе: специфика правовой регуляции // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2 =015. – Т. 7. - № 2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnost-reklamnoy-deyatelnosti-v-rossiyskom-obschestve-spetsifika-pravovoy-regulyatsii (дата обращения: 25.04.2023).
4. Муфаздалов С.И. Общественное доверие населения к Росгвардии в контексте социологического исследования // Социально-политические науки. 2022. Т. 12. № 6. - С. 102–106. DOI: 10.33693/2223-0092-2022-12-6-102-106.

К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ВИЗУАЛЬНУЮ СРЕДУ ГОРОДА НОВОСИБИРСК

Е.А. Масанова, Л.С. Пчелкина, З.А. Конькова, Е.И. Конева
Сибирский государственный университет путей сообщения
ii8797457@gmail.com

Рассмотрены вопросы влияния наружной рекламы на визуальную среду города. В статье затронута проблема, вызванная с высокой концентрацией наружной рекламы в городе Новосибирске, что создает информационный шум и влияет на безопасность дорожного движения. Проанализированы виды наружной рекламы, а также выявлены

факторы, которыми определяется городская среда. Объект – исследования наружная реклама. Предмет исследования – виды наружной рекламы, влияющие на визуальную среду города Новосибирска.

Ключевые слова: визуальное загрязнение, визуальное загрязнение городской среды, наружная реклама, виды наружной рекламы, визуальная среда города.

Наружная является частью социокультурного пространства, посредством чего происходит психологическое воздействие по направлениям информирование, побуждение, внушение, убеждение среди современного города. На сегодняшний день реклама стала частью городской среды и является одним из самых популярных и распространенных видов рекламы. Исследования показывают, что в городе Новосибирск существует проблема, вызванная с высокой концентрацией рекламы в городе, что создает информационный шум и влияет на безопасность дорожного движения в городе Новосибирск.

Наружная реклама — это средство рекламы, направленное на визуальное восприятие, размещаемое на конструкциях в городской среде или за ее пределами. Наиболее распространенные виды наружной рекламы: наружный шит, супербоул, видеоэкран, билборд. Важной частью городской среды является наружная реклама, которая направленна на восприятие города и побуждает жителей этого города к действиям в рамках темы рекламной кампании. Городская среда включает себя комплекс взаимосвязанных структур составляющих и обеспечивающих основу функционирования объекты, расположенные в городе и общество. В первую очередь городская среда определяется местом жительства человека, в рамках которой происходит деятельность общества. Городская среда должна представлять собой удобное и комфортное пространство для работы человека, реализации его потенциала, так и для отдыха.

Цель работы: изучить влияния наружной рекламы на окружающую среду города Новосибирск.

Объект исследования – наружная реклама.

Предмет исследования – виды наружной рекламы, влияющие на визуальную среду города Новосибирска.

Задачи, рассматриваемые в данном исследовании, заключаются в:

– рассмотрении специальной литературы, анализировании научной и специальной литературы о влиянии наружной рекламы на окружающую среду города;

– проведении анализа видов наружной рекламы, оказывающих наиболее сильное влияние на визуальную среду города;

– изучении мнения жителей города Новосибирск на данную тему;

– предложить рекомендации по оптимальному размещению наружной рекламы.

На территории Российской Федерации долгий период времени пренебрегали способами рекламирования как к элементу выстраивания прочного фундамента для дальнейшего развития бизнеса, в отличие от Западных стран, вследствие чего привело к отсутствия в достаточной мере разработанных моделей российской оптимизации наружной рекламы. Происходило заимствование способов и моделей рекламирования у Западных образцов, что не учитывало российские особенности и специфику [3].

На сегодняшний день наружная реклама России терпит массу изменений, происходит смена правил размещения, структурная база, нормативно-правовая база, все это надаёт в полной мере начать развитие наружной рекламы. Для этого нужно создать постоянные нормативно-правовые базы, способы установки и размещения, форматы, что позволит, усилить влияние на потребителя.

Рассматривая Новосибирск со стороны городской среды, необходимо акцентировать внимание на неравномерности разрешения наружной рекламы. Мы можем обратить внимание на то, что в Новосибирске присутствуют участки с повышенным уровнем размещения наружной рекламы и эффективным воздействием на потенциального потребителя, так и участки, на которых такая реклама полностью отсутствует. Реклама зачастую располагается не в соответствии с архитектурным стилем и с большим содержанием на территорию, что приводит к визуальному загрязнению городской среды и отвлекает горожан и участников дорожного движения. В этом и проявляется негативное влияние наружной рекламы на окружающую среду. При выборе точек и места размещения рекламы необходимо учитывать не только выгоду рекламодателей, но и удобство жителей городской среды, от которых напрямую зависит успех рекламирования.

Стоит обратить внимание, что размещение наружной рекламы в рамках города, имеет свои плюсы и минусы. С одной стороны реклама создает информационный шум для жителей и гостей города, человек испытывает стресс, вследствие чего не способен обработать информацию. С другой стороны городская среда имеет благоприятные условия для размещения наружной рекламы, она позволяет развиваться одной из сфер интереса человека — экономической реализации, желания покупать [2].

Необходимо понимать, что важным аспектам наружной рекламы является визуальное составляющее, то есть эстетические ожидания, этические и моральные нормы. Именно пренебрежение этих правил поводит к негативной реакции общества и визуальному загрязнению. В вопросе негативного воздействия рекламы на окружающую среду стоит выделить несколько причин: наружная реклама навязчива и не соответствует общепринятым ценностям, реклама в городской среде представлена в очень концентрированном виде, так как законодательство не регулирует ее объем.

«Закон о рекламе» включает в себя регуляцию эфирного времени рекламы и другие факторы контролирующие ее качества и объем, а для наружной рекламы не внесено подобных установок [1].

Язык рекламных текстов представляет собой правильно выстроенную систему скрытых манипуляций, что негативно воздействуя на сознание людей. Наружная реклама влияет на эстетическое наполнение городской среды. Обилие коммерческой рекламы, не всегда положительно влияет на сознание человека, поскольку при помощи скрытой манипуляции происходит внедрение не свойственных элементов нашей культуре, которые заменяет истинные ценности мнимыми. С точки зрения интересов, коммерческая выгода должна совпадать с нравственными нормами. Проблему визуального загрязнения городской среды на наш взгляд можно решить с помощью проведения контроля за размещением наружной рекламы.

Список литературы

1. Федеральный закон РФ от 13.03.2006 N 38 – ФЗ (ред. от 01.12.2007 N310 – ФЗ) «О рекламе»// «Российская газета», N 51, 15.03.2006.
2. Капрова, С.В. Рекламное дело: учебник и пактикум для вузов/ С.В. Карпова, – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023 – 431с.
3. Предпринимательское право. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Ф. Ручкина [и др.] ; под редакцией Г. Ф. Ручкиной. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 553 с.

ФРИЛАНС КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Х.З. Машитлов, А.А. Глибина
Новосибирский военный институт имени генерала армии
И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации
Anna.Glibina@inbox.ru, mashitlov_h@internet.ru

В связи с пандемией коронавируса на рынке труда начали происходить заметные изменения. Стала резко увеличиваться доля фрилансеров. В статье рассмотрены социально-экономические аспекты деятельности фрилансеров, приведены статистические денные о тенденциях изменения возрастной структуры данной социальной группы, а также негативные стороны фриланса.
Ключевые слова: фриланс, самозанятость, рынок труда, трансформация.

Неформальная трудовая занятость населения не является новым явлением. Однако пристальное внимание исследователи обратили на такую гибкую форму занятости лишь в конце XX века.

Согласно Ангел О.Ю., понятие гибкой формы занятости в России стало использоваться с 1990-ых годов, когда произошёл переход от плановой экономики к рыночной [1, с. 107].

Достаточно широкое определение фрилансу даёт Харченко В.С., рассматривая его как «социокультурное явление, которое связано со специфической культурой организации труда через особые отношения с работодателем и самоорганизацию работника» [2].

Иногда фриланс приравнивают к самозанятости, однако главное отличие между ними состоит в том, что фриланс организован посредством интернета. Как отмечает Кастельс М., именно организация работы через интернет привела к появлению нового типа субъектов труда – «сетевых» работников с гибким рабочим днём [3, с. 39]. На тесную связь фриланса с интернетом указывает и Аширова А.Л., определяя фрилансеров, как «современных работников, продвигающих свои услуги с помощью развитых технологий, информационных сетей …, самостоятельно регулирующих свою трудовую деятельность относительно времени и места работы» [4, с. 391]. Кадничанская М.И. и Глакина Е.П. отмечают ещё одну черту фриланса – отсутствие долгосрочного трудового договора [5, с. 127-128], поскольку фриланс обычно связан с реализацией краткосрочных проектов. Кроме того, для фриланса характерен полинайм [2], когда работник предоставляет услуги сразу нескольким работодателям.

Для фрилансеров характерен не физический, а интеллектуальный труд, когда работник производит не товар, а предоставляет услугу творческого или интеллектуального характера.

Следует отметить, что фриланс очень неравномерно распределён среди разных возрастных групп. Более половины фрилансеров – люди в возрасте от 18 до 30 лет [6, с. 105], то есть данная деятельность характерна по большей части для поколения Y, поскольку отражает их стремление больше зарабатывать (39 %), не быть на постоянной основе привязанным к штату какой-либо компании, то есть избежать рутину, дресс-код, жёсткий управленческий контроль и т.п. (31 %), возможность трансформировать хобби в работу (32 %), получить профессиональный опыт и развиться в своей области (17 %) [4].

Пандемия коронавирусной инфекции, разразившаяся в конце 2019 года и охватившая мир в 2020 году, подтолкнула мир к переходу на следующий этап развития трудовых отношений. В связи с активным распространением заболевания бо́льшая часть сотрудников перешла на удалённую работу, образование было переведено на дистанционный формат. Многие услуги стали предоставляться в онлайн формате.

Фриланс стал особенно распространён в тех сферах, где важен результат деятельности, а не видимые усилия, прилагаемые работником и формальные показатели.

Если в 2019 году было около 5 млн фрилансеров [7] (на долю «чистых» фрилансеров приходилось 50% опрошенных [5, с. 128], остальные совмещали фриланс с работой в штате организации, учёбой, бизнесом и т.д.), то согласно данным РБК, в 2020 году число фрилансеров было порядка 14 млн человек, а в 2021 эта цифра составила 71 млн человек [7].

По данным сайта HSE Daily, публикующего новости НИУ ВШЭ, в 2020 году, фрилансеры обслуживали самых разных экономический субъектов: малый бизнес обслуживали 44% фрилансеров, 21% работали на частных лиц, 18% - на ИП, 17% - на средние и крупные компании [8].

Пандемия оказала сильное влияние и на возрастную структуру фриланса: доля фрилансеров старше 31 года выросла с 22 до 54%, в том числе старше 41 года - с 6 до 21% [8].

Фриланс как форма занятости порождает виртуальные рынки труда [7, 9], при этом темпы роста этого рынка настолько высоки, что уступают лишь показателям США [7], что свидетельствует о быстрой трансформации рынка труда.

Важными причинами роста рынка фриланса в России являются массовое высвобождение рабочей силы весной и летом 2020 года, которое, являлось следствием прекращения деятельности множества

экономических субъектов (например, из-за банкротства компаний), с одной стороны, и постоянным стремлением крупных компаний оптимизировать свой штат, с другой стороны.

Однако, несмотря на такой бурный рост этой сферы, Харченко В.С. подчёркивает её некоторую закрытость, поскольку стать фрилансером может не каждый. Это связано, в свою очередь, с тем, что фрилансерам самим приходится организовывать условия своей деятельности, что непосредственно связано с планированием рабочего времени. Также им самим приходится искать проекты, в которых они могут принять участие, что делает их доход достаточно нестабильным. Поэтому успешные фрилансеры должны обладать такими чертами характера как инициативность, целеустремлённость, умеренный оптимизм.

Отличительной чертой фриланса является нелинейность («лоскутность») карьеры, когда работник не может претендовать на стабильный карьерный рост [2]. Обладая иллюзорной свободой, фрилансерам зачастую приходится жертвовать выходными днями (а как следствие, общением с близкими и друзьями), работать ночью и в авральном режиме. При этом в большинстве случаев фрилансер не имеет трудового договора. Его место занимают устные договорённости между работником и работодателем (при этом в 85% случаях между ними даже отсутствует личный контакт) [8], что ставит фрилансера в достаточно уязвимое положение. Таким образом, основными отрицательными сторонами фриланса являются юридическая (отсутствие трудового договора) и, как следствие, экономическая (отсутствие постоянного дохода) незащищенность.

Для государства данный вид трудовой деятельности также является проблемной сферой вследствие отсутствия правового регулирования и трудно регулируемого налогообложения.

Таким образом, изменение социально-экономической ситуации в период пандемии привело к резкому увеличению доли работников, занятых во фрилансе, что, с одной стороны, делает фрилансеров иллюзорно свободными, а с другой стороны, юридически не защищёнными.

Список литературы

1. Ангел О.Ю. Социологический анализ стиля жизни фрилансеров // Национальная ассоциация ученых. 2015. № 7 (12). – С. 106-107.
2. Харченко В.С. Культура фриланса: компоненты и принципы организации // Метеор-Сити. 2016. № 5. – С. 42-46.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культур. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.

4. Аширова А.Л. Особенности ценностей и норм современных российских фрилансеров // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2019. – С. 390-395.
5. Кадничанская М.И., Галкина Е.П. Фриланс как современная форма занятости на рынке труда в социально-экономическом пространстве г. Ульяновска // Logos et Praxis. – 2019. – Т. 18. - № 4. – С. 125-132. DOI: https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2019.4.15
6. Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров): - М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2009. - 76 с.
7. РБК Тренды. URL: https://trends.rbc.ru/trends/social/60c8e3139a79472ba64fde35 (дата обращения: 20.02.2023).
8. HSE Daily. URL: https://daily.hse.ru (дата обращения: 17.02.2023).
9. Горбушова К.С., Кучигина С.К. Фриланс как форма занятости студентов высших учебных заведений // Университетское управление: практика и анализ. – 2014. – С. 74-80.

ПРАКТИКИ ФРИЛАНСА КАК ФОРМЫ ЗАНЯТОСТИ (НА ПРИМЕРЕ Г. НОВОСИБИРСКА)

П.Д. Сальникова, О.Ю. Тевлюкова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
polinasalnikova8162@gmail.com

В статье представлены результаты эмпирического исследования практик фриланса на примере г. Новосибирска. Были изучены мотивы выбора фриланса, проанализированы правовые основы профессиональной деятельности фрилансеров, определены основные преимущества фриланса. На основании результатов исследования предложен ряд рекомендаций для решения выявленных проблем.
Ключевые слова: фриланс, практики фриланса, нестандартная занятость, альтернативная занятость, фрилансеры

Фриланс в современном обществе открывает широкие возможности для профессиональной деятельности – позволяет заниматься интересным делом, обеспечивает независимость и автономию фрилансера, отсутствуют ограничения в заработной плате [1]. Однако

существует ряд серьезных недостатков – как для самих фрилансеров, так для и заказчиков услуг – высокий уровень неопределенности, низкий уровень социальной защищенности, отсутствие «уверенности в завтрашнем дне» [2].

В 2023 году было проведено эмпирическое исследование практик фриланса как формы занятости. В качестве метода исследования был выбран качественный метод глубинного интервью, информантами выступили 13 фрилансеров г. Новосибирска в возрасте от 21 до 51 года. Опыт работы информантов в качестве фрилансеров варьируется от нескольких месяцев до 7 лет, профессиональная деятельность фрилансеров разнообразна – разработка сайтов и приложений, маркетинг, маркетплейсы, подготовка документации и др. Основной тип заказчиков услуг фрилансеров – частные лица. Около трети информантов работают с малым бизнесом, пятая часть – со средним бизнесом.

Среди молодых фрилансеров (до 30 лет) преобладает вынужденный выбор фриланса как формы занятости, в то время как среди фрилансеров в возрасте 30-45 лет – добровольный выбор. Выбор фриланса молодыми специалистами часто обусловлен тяжелым материальным положением, разочарованием в получаемой специальности, невозможности совмещать работу с обучением в вузе.

Близкое окружение оказывает влияние на ценности и установки индивида, в том числе и профессиональные, трудовые. У половины информантов в близком окружении есть фрилансеры – друзья, родственники, у другой половины – нет. Однако большинство информантов высказались о том, что близкое окружение не оказывало влияние на их выбор.

Для большинства информантов фриланс является основной занятостью – об этом высказалось более, чем две трети информантов. Эта группа фрилансеров высказала нежелание возвращаться или начинать работу в качестве наемного сотрудника. Лишь один информант, для которого фриланс – основная занятость, высказался о желании вернуться к работе по найму преимущественно из-за безопасности. Для четверти информантов фриланс является дополнительной занятостью, однако все фрилансеры этой группы допускают, что фриланс станет основной занятостью. Если говорить о возрастных различиях, то молодежь чаще рассматривает фриланс как дополнительную занятость, в частности, по причине обучения в вузе.

Большинство информантов договариваются о выполнении работы в устной форме, без договора в письменной форме. Менее половины фрилансеров зарегистрировали свою профессиональную деятельность,

преимущественно – ИП и самозанятость. Если говорить о фрилансерах, не имеющих регистрации, то большинство из них не планируют этого делать; однако отмечают, что сталкиваются с рядом проблем из-за неофициальной занятости – с поиском заказов и обманом со стороны клиентов.

Наиболее значимым преимуществом для фрилансеров является свободный график. Также фрилансеры часто упоминали в качестве преимуществ фриланса независимость от места работы, отсутствие «начальства», иерархии, возможность выбора интересных заказов. Практически все информанты планируют развиваться как фрилансеры в обозримом будущем – осваивать новые профессии, проходить дополнительное обучение, улучшать свои навыки. Наиболее значимым недостатков фриланса является нестабильность занятости. Также информанты упоминали выгорание из-за «переработки», высокая ответственность, необходимость постоянного обучения.

По результатам исследования было установлено, что фрилансеры часто попадают в «ловушку гибкой занятости»: отмечая свободный график работы в качестве ключевого преимущества, фрилансеры часто сталкиваются с перенапряжением, выгоранием, что негативно влияет на качество жизни в целом [3].

В целом, все информанты высоко оценивают удовлетворенность фрилансом как формой занятости – средняя оценка по десятибалльной шкале составила около 8 баллов.

В настоящее время существует ряд проблемных аспектов фриланса как альтернативной формы занятости – отсутствие взаимодействия (сотрудничества) со средним и крупным бизнесом, государством; реализация профессиональной деятельности без регистрации, неофициально; трудности с поиском клиентов и обманы с их стороны; выгорание фрилансеров из-за переработки.

В качестве мер, способствующих развитию практик фриланса как альтернативной формы занятости, можно выделить следующее:

– усиление наказаний за неофициальную занятость фрилансеров (совершенствование механизма выявления нарушений, повышение наказания за налоговые преступления, осознание угрозы быть разоблаченным и последствия);

– стимулирование формализации деятельности фрилансеров (упрощение налогового учета, налоговые стимулы, облегчение перехода к режиму «самозанятости», введение новых категорий занятости в законодательство, развитие налоговых режимов для мелкого бизнеса; налоговые амнистии, поощрение добровольного выхода из тени) [4];

– организация и проведение просветительских мероприятий для фрилансеров по повышению финансовой и налоговой грамотности, освещению различных постановки на учет;

– приглашение опытных фрилансеров в вузы для обмена опытом, объяснения тонкостей работы, правовых основ, возможностей личностного и профессионального развития студенческой молодежи;

– создание специального «кружка» или подразделения в рамках службы трудоустройства выпускников при вузе, связанного непосредственно с фрилансом;

– проведение мероприятий по «борьбе» с выгоранием на базе предпринимательских организаций.

Таким образом, на данный момент изучение фриланса как альтернативной формы занятости отличается как теоретической, так и практической значимостью. К настоящему времени на законодательном уровне не закреплено определение фриланса, положения о реализации регулирования трудовых отношений фрилансеров с заказчиками, несмотря на активное развитие этой формы занятости [5]. Существует ряд проблем и для фрилансеров, и для государства, основной из которых, безусловно, является неофициальная занятость.

Список литературы

1. Бурханов О. Ю., Потемкин В. К. Социально-экономические проблемы занятости работников предприятий в период общественных трансформаций. // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2021. – № 2. – С. 45-56.

2. Герауф Ю. В., Глотова Н. И. Платформенная занятость - главный тренд развития рынка труда в современных условиях// Экономика. Профессия. Бизнес. – 2021. – № 4. – С. 22-27.

3. Никуткина К. М., Привалова А. О. Западные количественные исследования фрилансеров: профессиональный обзор // Экономическая социология. – 2009. – № 1. – С. 127-141.

4. Покида А. Н., Зыбуновская Н. В. Вторичная занятость работающего населения на современном рынке труда // Экономическое развитие России. – 2023. – № 1. – С. 60-67.

5. Рассадина Д. С. Фриланс как вид трудовой деятельности в цифровом обществе // Власть. – 2021. – № 5. – С. 195-201.

ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В АСПЕКТЕ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ БЕЗДОМНЫХ ЖИВОТНЫХ

И.Л. Супроткин А.М. Воробьев, Н.А. Чуркина
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
nb1468@ngs.ru

Бездомные животные представляют опасное соседство для человека. Исследование направлено на выявление воздействия социальной рекламы на человека, её специфики, функций и эффективности в решении проблем бездомных животных. Социальная реклама является инструментом формирования установок, мнений, стереотипов людей, а также побуждения их к просоциальному поведению.
Ключевые слова: социальная реклама, бездомные животные, проблема

Бездомные животные – собаки и кошки стали острой проблемой современных городов. Сбиваясь в стаи, они нападают на людей, являются разносчиками разного рода инфекций (самое опасное заболевание – бешенство). Кроме того, эти животные гибнут от голода, холода и лишений. Помощь бездомным животным выступает актуальным средством гуманизации общества, несет важный воспитательный аспект социализации детей и молодежи.

Тема исследования является актуальной, поскольку помощь бездомным животным часто бывает неэффективна. В городах организуются приюты, которые в основном финансируются за счет пожертвований и используют труд волонтеров для ухода за животными. Однако часто помощь оказывается недостаточной, а результатом является страдание и болезни собак и кошек, содержащихся в приютах.

Социальная реклама может стать средством распространения информации о необходимой помощи приютам и способом актуализации стремления молодых людей оказывать необходимую помощь в качестве волонтеров. Кроме того, социальная реклама, направленная на владельцев собак и кошек может помочь сократить количество брошенных животных.

Цели социальной рекламы могут быть различными в зависимости от конкретной кампании, однако, основными целями являются:

1. Повышение осведомленности общества о социальных проблемах и вызовах, с которыми сталкиваются люди, животные или окружающая среда.

2. Привлечение внимания к конкретной проблеме и стимулирование людей к действию.

3. Изменение отношения людей к конкретной проблеме.

4. Актуализация просоциальной деятельности людей с целью решения или минимизации проблем.

Эффективность социальной рекламы может быть измерена на основе достижения поставленных целей и задач.

Однако, эффективность социальной рекламы не всегда может быть измерена количественными показателями. Она может приводить к долгосрочным изменениям в отношении людей к конкретной проблеме или вызову, что может быть более ценным для общества в целом.

С целью выявления отношения студентов к социальной рекламе, в которой раскрывается необходимость помощи бездомным животным, был проведен опрос. Методом, с помощью которого была собрана первичная социологическая информация было анкетирование. Опрос проводился среди студентов СибГУТИ. Возраст опрошенных от 19 до 24 лет.

Прежде всего необходимо было выяснить отношение студентов к социальной рекламе. 40% респондентов отметили свое положительное отношение к подобной рекламе. В то же время, у 30% опрошенных социальная реклама вызывает настороженное отношение, и у 20 % такая реклама не вызывает интереса.

Далее нас интересовало, как часто респонденты сталкиваются с социальной рекламой, в которой раскрывается необходимость помощи бездомным животным.

Выяснилось, что 30% респондентов встречают социальную рекламу о бездомных животных редко, не чаще чем несколько раз за полгода, 25% опрошенных сталкиваются с такой рекламой несколько раз за неделю. Ежедневно такую рекламу видят лишь 20% опрошенных. А 25% никогда не сталкивались с такого рода рекламой.

Таким образом, можно отметить, что большинство опрошенных респондентов редко встречают социальную рекламу о бездомных животных или никогда не сталкивались с ней. Это связано с тем, что такой тематике социальной рекламе уделяется меньше внимания, чем социальной рекламе на другие темы (вред курения и алкоголя, польза ЗОЖ, соблюдение ПДД).

Также необходимо было выяснить, где именно респонденты встречаются с социальной рекламой, в которой актуализируется необходимость помощи бездомным животным.

Такая реклама зачастую располагается на рекламных баннерах, где ее могут видеть большое количество людей (47,8%). 34,8% опрошенных встречали такую рекламу в сети Интернет. 13% респондентов видели рекламу помощи животным в разного рода печатных изданиях.

Социальная реклама не только воздействует на ценности человека, но и вызывает у него стремление действовать определенным образом. В рамках исследования необходимо было понять, как молодые люди готовы помочь в решении проблем бездомных животных. 38,9% респондентов готовы помочь волонтерам, 30,6% опрошенных могут взять бездомное животное к себе домой, 13,9% хотят пожертвовать деньги на благотворительность, 16,7% не готовы что-либо делать.

Таким образом, респонденты готовы по мере своих сил решать проблемы бездомных животных. Это говорит о не равнодушном отношении молодежи к судьбе беспризорных собак и кошек, стремлении активно действовать для обеспечения их более благополучной жизни.

Список литературы

1. Немчинова Е. Ю. Эффективность современной социальной рекламы: способы подачи и влияние на аудиторию // Челябинский гуманитарий. 2018. №4 (45). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-sovremennoy-sotsialnoy-reklamy-sposoby-podachi-i-vliyanie-na-auditoriyu.

2. Ринчинова Е. Э., Такумова Д. А., Бочкарева И. И. Проблемы бездомных животных в г. Новосибирск // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2020. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-bezdomnyh-zhivotnyh-v-g-novosibirsk.

3. Рубцова Н. В. Роль социальной рекламы в формировании активной гражданской позиции студенческой молодежи // Вестник БГУ. Экономика и менеджмент. 2018. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialnoy-reklamy-v-formirovanii-aktivnoy-grazhdanskoy-pozitsii-studencheskoy-molodezhi

АЛЬТРУИЗМ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОСОЦИАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ

А. И. Сычевская, А. В. Фролова, Н.А. Чуркина
Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики
annplohotnik16@gmail.com

В статье раскрывается содержание важнейшего морального основания социальной жизни человека – альтруизма. Практика взаимопомощи и действий во благо других – просоциальное поведение – имеет глубокие корни в общественной жизни. Альтруизм широко представлен в социальной рекламе как образец социально одобряемого поведения и образец для подражания.

Ключевые слова: альтруизм, социальная реклама, ценности, просоциальное поведение.

Альтруизм – это склонность человека к бескорыстным действиям, нацеленным на помощь другому человеку. Альтруизм предполагает и ориентацию прежде всего на благо другого человека, что требует от индивида определенного самоограничения. В основе альтруизма лежит потребность бескорыстно помогать другим, заботиться о людях, делать добрые дела, не имея корыстных побуждений. Альтруизм всегда предполагает какую-то деятельность, нельзя быть альтруистом, не предпринимая никаких просоциальных действий в отношении других людей [1]. С точки зрения социальной психологии, альтруизм является одним из примеров социальной ответственности. Люди, которые действуют альтруистически, чувствуют удовлетворение и уважение со стороны окружающих, кроме того у альтруистов формируется высокая самооценка от осознания того, что они совершают социально одобряемые действия. Однако есть люди, которые мотивированы на альтруистическое поведение из-за угрызений совести или осознания какого-либо проступка и таким образом стремятся загладить свою вину [2].

Основа альтруизма – это всегда поведение, основанное на эмпатии, то есть «вчуствовании» в отношении других людей, понимание тех эмоций, которые испытывает другой человек, осознание внутреннего мира собеседника. Результатом является возникновение желания помочь, облегчить страдания и минимизировать негативные эмоции ближнего.

Часто альтруистическое поведение становится главной темой социальной рекламы, которая направлена на создание у населения мотивации к благотворительности и активному участию в социальных проектах, например, участие в донорстве крови. В социальной рекламе альтруизм часто используется как мотивационный фактор, чтобы привлечь внимание к разного рода социальным проблемам и вызвать у людей желание совершить что-то хорошее для других людей. Социальная реклама – это один из инструментов, которым мы можем привлекать внимание к социальным вопросам и вызывать эмоциональную реакцию у целевой аудитории. Информация о болезнях, голоде, общественных проблемах и других важных темах создается, чтобы воспитывать альтруизм в нашем обществе [2].

Однако, даже если человек действует альтруистически, он может испытывать сомнения относительно своих мотивов. Например, в некоторых случаях люди могут бояться, что их благотворительное поведение будет рассматриваться как проявление эгоизма или желания привлечь внимание. Чтобы преодолеть эти проблемы и увеличить эффективность социальной рекламы, следует использовать подходы, основанные на понимании мотивации и поведения людей. Альтруизм может быть использован в социальной рекламе для формирования просоциальных действий, таких, которые ориентируют человека на благо других людей. Реклама этого типа может быть предназначена для убеждения человека в том, что его действия могут значительно повлиять на решение проблем ближних.

Один из подходов к созданию успешной рекламы, основанной на альтруизме, заключается в использовании социального подтверждения. Многие люди реагируют на то, что делает большинство, особенно если просоциальное поведение большинства является общеизвестным фактом. Например, если люди знают, что многие их знакомые занимаются благотворительностью в той или иной форме, то они склонны повторять это поведение. Если социальное подтверждение используется в объявлении о благотворительности, оно может увеличить фактор мотивации человека к альтруизму.

Другой стратегией является использование эмоциональной подачи. Люди обычно проявляют большую заинтересованность к историям о тех, кто оказался в бедственной жизненной ситуации и получил помощь от окружающих. Представление некоторых фактов и историй о людях, может вызвать сильное эмоциональное воздействие. Однако для возникновения эмоциональной реакции необходимо, чтобы история была подробно описана и не была превращена в нечто абстрактное. Здесь необходимо использовать яркие и «цепляющие» сюжеты.

Ещё одним подходом является использование интерактивной рекламы. Сегодня есть множество форматов пользовательского взаимодействия на различных устройствах, от планшетов до смартфонов и других устройств. Такая реклама может требовать от пользователя каких-то реальных действий, например, крутить колесико мышки для поддержки утопающего в рекламном ролике Sortie En Mer («Выход на море») парижского агентства CLM BBDO [4].

Следует уточнить, что альтруизм в социальной рекламе не означает манипуляцию чувствами и эмоциями зрителя. Напротив, альтруистическая стратегия подразумевает акцент на идеалы, сообщающие о высоких целях, благородных устремлениях, человеческом достоинстве и помощи нуждающимся.

Подобный подход, как показывают исследования, может давать значительный эффект в социальной рекламе. Тем не менее, эффективность альтруистических призывов зависит от нескольких факторов.

Один из таких факторов – сопоставление между ценностью, которую предлагает реклама, и тем, что этой ценности необходимо перенять на собственную жизнь. Если ценности рекламы соответствуют общепринятым нормам и апеллируют к справедливости, то подобный призыв воспринимается зрителями легче и обладает большей эффективностью.

Другим фактором является режим обработки информации зрителем. Если человек находится в состоянии благосклонного настроения, он обычно больше внимания уделяет рекламе и альтруистический призыв может оказаться эффективнее [4].

Более того, методы представления подобного рода сообщений также играют существенную роль в их эффективности. Например, информация о положительных исходах, которые могут возникнуть из-за альтруистических поступков, может быть интегрирована в рекламу. Призывы к участию во «взаимном благодарении», «помощи окружающим», «содействию нуждающимся» также могут оказаться эффективными.

Одним из главных механизмов воздействия альтруистической социальной рекламы является формирование социальных норм, которые побуждают людей делать добрые дела и помогать нуждающимся. Использование альтруизма в социальной рекламе позволяет снижать количество нарушений этих социальных норм, укреплять существующие и формировать новые.

В целом, социальная реклама, основанная на альтруизме, привлекает внимание и мотивирует людей к осуществлению благотворительных

действий. Однако, чтобы реклама была эффективной, необходимо использовать подходы, которые основаны на понимании мотивации и поведения людей, и объединять их с технологической поддержкой и различными форматами воздействия. Использование альтруизма в социальной рекламе является эффективным способом воздействия на зрителей и формирования социальных норм, снижения нарушений существующих и поддержания ценностей. При правильном использовании альтруизм является сильным мотиватором к добрым поступкам и совершению общественно значимых дел.

Список литературы

1. Быков А. В. Теоретико-методологические подходы к изучению альтруизма: аналитический обзор / А. В. Быков // Социология: методология, методы, матем. моделирование. – 2013. – № 37. – С. 179–207. [Электронный ресурс].-URL: https://www.jour.fnisc.ru/index.php/soc4m/article/view/3759

2. Слободяник М. И. Альтруизм как социологический феномен современности / М. И. Слободяник, В. В. Морозов // Актуальные проблемы региональной социологии : сборник научный статей преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов, Курск, 30 апреля 2019 года. Том Выпуск 3. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 111-115. – EDN OVQRCR.

3. Шеина И. Б. Специфика интерактивной социальной рекламы в новых медиа // Социально-гуманитарные знания. 2016. №12-2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-interaktivnoy-sotsialnoy-reklamy-v-novyh-media (дата обращения: 1.04.2023).

4. Голуб О. Ю. Социальная реклама : учебное пособие / О. Ю. Голуб. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 178 с. — ISBN 978-5-394-02019-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/57123.html (дата обращения: 08.04.2023).

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ-МЕДИКОВ ПЕРВОГО ГОДА ОБУЧЕНИЯ

А.В. Усова, В.С. Соколов, О.Ю. Сиваченко
Новосибирский государственный медицинский университет
nastya.usova.00.00@mail.ru

В работе исследуется иерархия ценностей студентов НГМУ первого года обучения. Выводы сделаны на основе контент-анализа 102 эссе, описывающих желаемый образ жизненного успеха к окончанию обучения, 30 и 60 годам. Сравниваются ценностные ориентации студентов различных факультетов, и насколько полученные результаты соотносятся с «теорией поколений» Н. Хоува и В. Штрауса.

Ключевые слова: ценности, ценностные ориентации, студенческая молодежь, теория поколений.

Интерес ученых к проблеме ценностных ориентаций молодежи в последние десятилетия обусловлен, с одной стороны, постоянной переоценкой норм и ценностей в современном обществе, с другой — необходимостью разработки эффективных механизмов воздействия на жизненные ценности молодежи. В быстро меняющемся мире жизненные ценности молодежи неустойчивы и отсутствуют основания для поддержания их на протяжении всей жизни. От того, какой ценностный фундамент будет сформирован у молодого поколения, во многом зависит будущее состояние общества. При этом в современной науке осознается, что что с конца 1980-х годов был нанесен «сокрушительный удар по воспроизводству принципа преемственности поколений, обрекая молодежь на отчуждение и самоизоляцию в программировании собственного проекта самореализации» [1].

Современные социологи и психологи, в том числе и в России, широко используют созданную в 1991 году экономистом и демографом Н. Хоувом и историком В. Штраусом так называемую «теорию поколений» [3]. Хоув и Штраус проанализировали всю историю США, уделив особое внимание XX веку, и обнаружили, что существуют определенные периоды, когда большинство людей обладают сходными ценностями. Такие периоды были названы социальными поколениями Поколения делятся на 4 различных категории, которые сменяют друг друга каждые 20 лет. В рамках этой теории поколение Зумеров, (они же поколение Z, родившиеся в промежутке с 2000-2015) полагалось, не интересуются ни деньгами, ни дорогими машинами, ни квартирами.

Самый существенный критерий для них — это духовная составляющая. Для них не важен материальный или финансовый показатель. Почти ни к чему не проявляют интерес, кроме событий, позволяющих испытать новые ощущения в жизни. Существует мнение, что «поколение Z по аналогии с «молчаливым поколением» замкнется, защищаясь от внешней среды. Однако на этот раз поколение Z найдет убежище не в семье и литературе, а в виртуальной реальности» [2]. Но следует отметить, что в настоящее время молодежь как социальная группа неоднородна по своему составу. Студенты занимают особое место в молодежной среде. Они активно участвуют в образовательном пространстве и занимаются общественной деятельностью. Профессия врача наиболее популярна среди стремящихся к обучению, а профессиональные ценности в медицине максимально соотнесены с общечеловеческими ценностями.

Целью нашего исследования было изучить ценностные ориентации студентов первого курса обучения НГМУ по специальностям «Лечебное дело», «Педиатрия», «Стоматология» в контексте временной перспективы. Задачей исследования явилось сравнение жизненных ценностей среди молодежи и определение приоритетных ценностей к окончанию вуза, к 30 годам и к 60 годам, а также выявление, есть ли межфакультетские и гендерные различия. Так же предполагалось определить, насколько данные исследования согласуются с «теорией поколений»

Выборку исследования составили 102 студента первого года обучения по специальностям «Лечебное дело», «Педиатрия», «Стоматология», средний возраст студентов составил 18,4 лет. В исследовании приняли участие 71 девушка и 31 юноша. По этнической принадлежности 74 человека отнесли себя к русским, а 29 – к другим национальностям. Эмпирическое исследование проводилась на базе кафедры социально-исторических наук НГМУ, студентам предлагалось написать эссе и ответить на вопросы «как они видят свою жизнь к окончанию вуза, к 30 годам и к 60 годам». При анализе данных был использован метод контент-анализа. При подсчете было выделено 10 категорий для каждой из которых проводился подсчет частоты слов и словосочетаний, и в итоге была составлена большая сводная таблица. Учитывалось допустимое искажение данных, таких как давление профессионально-ценностных ориентаций, так как написание эссе проходило в стенах образовательного учреждения и того, что девушки склонны более подробно описывать образ желаемого будущего, поэтому частота упоминания в исследовании у женского пола выше.

В результате анализа полученных данных удалось выявить, что среди всех опрошенных студентов (102 человека) доминирующий коэффициент упоминания имеют карьерные ценности (3,34), затем идут материальные (2,63), семейные (2,48), ценности образования (1,91), ценности физического и эмоционального благополучия (1,14), ценности саморазвития (0,69), географической мобильности (0,69), социальные (0,42), ценности признания (0,33), и на последнем месте глобально-мировые ценности (0,11). Наиболее упоминаемыми к окончанию вуза являются ценности образования (1,32), на втором месте карьерные (1,26) и на третьем материальные ценности (0,62); к 30 годам на первом месте стоят карьерные (1,42), затем семейные (1,20) и материальные (1,06)ценности; к 60 годам наибольший коэффициент упоминания у семейных ценностей (0,96), почти вровень с ними упоминаются материальные (0,95), в тройку по прежнему входят карьерные (0,66). Существенные различия зафиксированы между девушками и юношами различных факультетов. На стоматологическом факультете и девушки, и юноши одинаково выстраивают иерархию ценностей: карьера, материальные ценности, образование и лишь на 4 месте семья. Девушки педиатрического факультета поставили семью на первое место, и у юношей этого факультета семья стояла на позицию выше, чем у юношей с других факультетов, занимая 3 место. Наибольшее значение материальным ценностям предают девушки лечебного факультета, ставя их на первое место, помещая карьеру на второе место и семью на третье. Сравнивая результаты по этнической принадлежности студентов, можно отметить, что для русских лидирующие позиции занимают материальные и карьерные ценности, а для студентов других национальностей – карьерные и семейные ценности.

Таким образом, наше исследование показало, что на примере сегодняшних студентов-первокурсников НГМУ «теория поколений», в части предполагаемых для поколения Z ценностных ориентаций не находит подтверждений. Студенты-медики очень ориентированы на материальные и карьерные достижения. В эссе описания отдыха, спокойствия, путешествий, получения удовольствия от жизни начинают достаточно часто встречаться только в описания жизни к 60 годам, занимая 4 и 5 места. Ценности саморазвития, духовного самосовершенствования, социального признания и заботы о мире его будущем так же практически не встречаются в эссе, занимая последние места.

Список литературы
1. Гигин В. Ф., Грищенко Ж. М. Студенты эпохи цифровых технологий: жизненные смыслы в реалиях белорусского общества // Социологические исследования. 2021. № 1 С. 110-120.
2. Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес образование в экономике знаний. 2015. №1 С. 94-97.
3. Шамис Е., Теория поколений: необыкновенный Икс. – Синергия. 2018. 184 с.

ВОЛОНТЕРСКИЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ НГУЭУ)

А.С. Холтобина, Е.В. Наумова
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
alinakholtobina05@mail.ru

В статье представлены результаты социологического исследования волонтерских практик молодежи на примере студентов НГУЭУ. Было изучено отношение студентов к волонтерству, проанализирована вовлеченность студентов в волонтерскую деятельность, рассмотрена роль вуза в распространении волонтерских практик среди обучающихся. По результатам исследования предложен ряд рекомендаций по развитию волонтерства в студенческой среде.
Ключевые слова: волонтерство, волонтер, студенческое волонтерство, молодежное волонтерство.

Задачей современных российских вузов является не только подготовка высококвалифицированных специалистов и обеспечение кадрового потенциала страны, но и формирование социально ответственных, активных граждан [1]. В связи с этим организация волонтерской деятельности в вузе, обеспечение ее реализации, повышение заинтересованности, мотивации и вовлеченности студентов в волонтерство – необходимое направление развития [3].

В 2023 году было проведено эмпирическое исследование волонтерских практик студентов НГУЭУ. В качестве метода исследования был выбран качественный метод глубинного интервью, информантами выступили 11 студентов НГУЭУ 1-4 курсов.

У большинства участников исследования волонтерство ассоциируется с безвозмездной помощью. К основным

характеристикам, позволяющим сделать вывод о том, что осуществляемая деятельность – это волонтерство, студенты отнесли также «помощь нуждающимся», «отсутствие личной выгоды», «добровольность». Таким образом, студенты имеют общее представление о волонтерской деятельности. Наиболее известными студентам направлениями волонтерства является социальное волонтерство, экологическое волонтерство, зооволонтерство, медицинское волонтерство. В целом, несмотря на наличие общего представления о волонтерской деятельности, уровень осведомленности студентов о направлениях волонтерства можно охарактеризовать скорее как низкий.

Мотивами волонтерства, по мнению студентов, являются желание делать мир лучше, желание оставить свой «след», желание помогать другим, наличие свободного времени, желание почувствовать себя нужным, полезным, новые знакомства, поиск друзей, «очистить карму», развитие личности (качеств, навыков), доброта, заботливость.

К качествам, которыми должен обладать волонтер, участники исследования чаще всего относили общительность, дружелюбие, эмпатия, трудолюбие, любовь к людям, животным, природе, ответственность, доброта, альтруизм; к качествам, которые препятствуют волонтерской деятельности, – стремление к выгоде (жадность, алчность, корысть), лень, злобность, эгоизм, равнодушие.

По субъективной оценке, студенты обладают всеми необходимыми качествами для эффективной волонтерской деятельности. Также большинство информантов высказались о заинтересованности в волонтерской деятельности. Наиболее интересными направлениями волонтерства для студентов оказались социальное, культурное и событийное, экологическое, спортивное, медицинское, патриотическое.

Однако, несмотря на высокую заинтересованность, большинство студентов не имеет опыта волонтерской деятельности; лишь 5 человек имеют подобный опыт, и только у двух человек – это деятельность на постоянной основе, а не эпизодическая (разовая). Также лишь один информант на данный момент состоит в волонтерской организации и работает над волонтерскими проектам. Основными причинами отказа от участия и вступления в организации является незаинтересованность, отсутствие времени и неосведомленность.

К преимуществам волонтерской деятельности информанты относят, в первую очередь, личностное развитие, новые знакомства, чувство гордости и благодарность; к основным недостаткам и трудностям – эмоциональное выгорание, необходимость вкладывать много сил и времени, недоброжелательное отношение к волонтеру, частый стресс.

По оценкам студентов, в вузе реализуется деятельность по вовлечению обучающихся в волонтерскую деятельность, однако большинство студентов не участвуют в подобных мероприятиях, проектах и т.д. Таким образом, субъективная готовность и заинтересованность студенческой молодежи в волонтерстве не соответствует реальной вовлеченности в волонтерскую деятельность.

В настоящее время основными проблемами волонтерских практик студенческой молодежи являются отсутствие полного представления о волонтерской деятельности и волонтерах, лишь «номинальная заинтересованность» и крайне низкая вовлеченность в волонтерство, недостаточно эффективная деятельность вуза в развитии волонтерства в студенческой среде, в частности, низкая эффективность системы информирования.

В качестве мер, способствующих развитию волонтерских практик среди студенческой молодежи, можно выделить следующее:

– проведение постоянного мониторинга интересов студентов для подбора наиболее подходящих волонтерских мероприятий, проектов и программ;

– определение наиболее удобного времени проведения мероприятий для повышения вовлеченности в волонтерство студентов, имеющих желание, но вынужденных отказаться из-за организационных аспектов;

– проведение мероприятий с участием приглашенных специалистов – сотрудники волонтерских организаций города, выпускники вузов, занимающиеся волонтерской деятельностью («круглые столы», дискуссии и т.д.);

– активная информационная поддержка волонтерской деятельности;

– создание эффективной системы обратной связи со студентами;

– регулярное проведение социологических исследований для определения основных проблем, препятствующих участию студенческой молодежи в волонтерских мероприятиях, программах, проектах и т.д.

Таким образом, важность и перспективность развития волонтерства в студенческой среде очевидна. Для студентов волонтерство выступает возможностью развития навыков социального взаимодействия, личностного роста, профессионального совершенствования, расширения кругозора и всестороннего развития, поиска единомышленников и новых знакомств [2]. Для вуза волонтерство выступает не только как педагогический инструмент, но и как возможность повысить качество обучения студентов, обеспечить себя

кадровым потенциалом, а также способствовать повышению уровня подготовки будущих специалистов [4].

Список литературы

1. Есина С.В. Волонтерство: развитие, помощь, работа // Общество. – 2019. – № 1 (9). – С. 27-30.
2. Иванов Р. В. Активизация участия молодежи в волонтерской деятельности // Социология. – 2022. – № 1. – С. 101-122.
3. Коршунова Н. Е., Алабян Е. А. Волонтерская деятельность студенческой молодежи // Успехи в химии и химической технологии. – 2019. – № 2 (183). – С. 46-48.
4. Маленков В. В. Активное гражданство: эмпирические проекции концепта // Социологические исследования. – 2021. – № 3. – С. 133-146.

АВТОРСКИЙ УКАЗАТЕЛЬ

Агапов Д.С. 347
Адова И.Б. 126
Аксененко А.С. 171
Аксенова А.С. 83
Алдын-оол А.Д. 126
Алемасова Д.О. 175
Антропов М.А. 5
Ануфриева Ю.В. 100, 122
Апсите М.А. 256
Артищева В.П. 13
Артыкова С.Н. 171
Астапов И.Е. 64
Атласов И.Е. 179
Бабаха В.Г. 350
Баранова И.В. 27
Бекенев Т.В. 86
Белобородова Е.П. 83
Белокуренко Н.С. 269, 275, 288, 304, 323
Белоусова В.Л. 66
Беляев В.С. 356
Бердникова У.А. 182
Бирюкова Е.С. 273
Богаутдинов. П.П. 353
Боженарь А.С. 16
Болотских А.С. 356
Бондар С.В. 185
Бондаренко О.А. 266
Боронина Э.С. 336
Булахтина С.С. 188
Бургела П.С. 90
Бутакова М.М. 266
Быкова А.Е. 190
Былин С.Н. 152
Вальц А.А. 269
Ванькова М.Д. 359
Васенева В.А. 193
Васильева Н.С. 36
Веприк И.Д. 155
Власова Д.А. 132
Войнич А.Д. 70
Воробьев А.М. 391
Вязьмина В.А. 114
Гаврина О.А. 297
Гарина А.О. 197
Глебова С.Ю. 273
Глибина А.А. 350, 377, 384
Говорун С.Д. 301
Головач Е.С. 188
Гололобова И.В. 201
Голыбина В.А. 203
Гордиенко Д.Е. 136
Горелов А.М. 273
Григорьев И.О. 73
Григорьев Д.О. 143, 144, 149
Дегтярева А.В. 212
Декасова Е.А. 185
Долгая С.А. 179
Долгая С.А. 216
Долженко С.С. 193
Доме И.Н. 16, 53, 57
Дорофеев Е.О. 19, 93
Дудин С.А. 5, 13, 31, 48, 60
Дюбанова Ю.В. 80
Егорова А.Г. 57
Еприкова Т.Ю. 218, 228
Ерохина А.С. 182
Жар Э.С. 16
Жукова К.Р. 206
Зайнутдинова Д.Д. 362
Зайцева А.В. 275
Зачиняева Д.В. 209
Зотова Д.С. 212
Зюбина Е.В. 64, 66
Иванов В.А. 278
Ильиных С.А. 374
Исаева А.А. 366
Исхакова А.М. 282
Ицкина Н.И. 22
Кабакова С.М. 285
Кагарманова Д.Р. 288
Катина Е.А. 292
Качевская М.С. 369
Квашнина К.Е. 216
Ким А.В. 218
Кирова Я.А. 278, 329
Клецова Е.В. 117
Климачкова Д.В. 371

Климов К.В. 31
Кобекина В.А. 201
Коваленко В.В. 295
Ковтун О.И. 109, 110
Колоскова Н.В. 73
Колосова В.Н. 201
Комарова М.О. 221
Конев Н.А. 139
Конева Е.И. 380
Конинина С.О. 374
Конькова З.А. 380
Копылова В.В. 369
Корабельникова Л.С. 221, 224, 238, 241, 245, 263
Коровякова Д.А. 27
Королев Д.А. 377
Коряченцева Е.А. 158
Кочеткова С.Е. 359
Кубышкина С.В. 273
Кузнецов Е.К. 77
Кузнецов С.А. 160
Кузнецова К.А. 97
Кузнецова А.В. 114
Кузнецова А.И. 224
Кузьменок А.Р. 212
Кузьмина А.В. 100
Кузьмина Т.М. 259
Куулар С.С. 188
Лазюк К.Г. 161
Лапина Н.О. 316
Линд О.А. 19, 93
Лисовенко А.А. 297
Литвинов С.О. 301
Лопатова А.Е. 212
Лукина А.А. 120
Мазалевский В.Б. 343
Мазных А.В. 36
Мартынкина Н.А. 228
Мартынова К.С. 304
Масанова Е.А. 380
Мацепуро А.С. 102
Машитлов Х.З. 384
Медведский Д.А. 2316 307
Мельникова А.С. 362
Милованов И.В. 369
Мороз О.Н. 231, 307
Мочалова К.Д. 105
Мячина Д. 310
Нагибнев А.М. 143, 144
Науман Н.А. 109
Наумов А.И. 353
Наумова Е.В. 369, 401
Нгуен Н.А. 313
Неверова И.В. 234
Немцева Ю.В. 22
Никулин А.Р. 143, 144
Новоселов Д.В. 146
Олексенко Е.М. 77
Осипова С.В. 238
Осипова Е.Н. 285, 295, 339
Пальчикова О.М. 102
Пенягина В.Н. 316
Песляк С.А. 248
Платошечкина С.Ю. 252
Плонская Я.Р. 102
Плотникова О.В. 234
Плотникова Т.В. 282, 310, 326
Плякина Е.П. 319
Попова А.Р. 53
Попова О.Е. 323
Прокопьева Е.Л. 51
Пушкина О.А. 190
Пчелкина Л.С. 380
Пьянова Ю.С. 100
Раздерищенко И.Н. 39
Рассохина Я.А. 193
Рерих Л.М. 19, 93
Ровбель С.В. 362
Романенко Е.М. 39
Рудаков В.А. 326
Руппель Е.И. 241
Рыбина С.С. 171
Савчук Д.Ю. 329
Салчак А.А. 45
Сальникова Д.А. 110
Сальникова П.Д. 387
Санарова Е.А. 245
Сафронова Д.Д. 48
Севастеева И.А. 203
Сергиевич Н.В. 51
Серов И.А. 332
Сиваченко О.Ю. 398
Соколов В.С. 398

Сорокина М.М. 45
Степанова А.Г. 292
Стребкова Л.Н. 301
Супатаева Г.Т. 97
Супроткин И.Л. 391
Суханова М.А. 80
Сухорукова Н.Г. 359
Сухорукова Н.Г. 371
Сычевская А.И. 394
Табаторович А.Н. 319
Талала Л.К. 16
Танчило С.Е. 149
Тараканова К.С. 336
Тарасова О.С. 132
Тарасова А.С. 201
Татаринова Д.Д. 158
Тахтобина М.А. 53
Тевлюкова О.Ю. 347, 387
Тиличкина Я.О. 248
Тирский Д.А. 252
Титченко О.П. 256
Тишина А.С. 259
Тропникова Т.А. 86, 102, 114
Тропникова В.В. 136, 146
Тургунбаева Е.А. 256
Усова А.В. 398
Федянин В.И. 164
Фролова А.В. 394
Хамитов Т.А. 122
Хит Е.В. 1976 206
Холтобина А.С. 401
Хорошилов М.С. 60
Храмцова О.О. 182, 185
Цускман Е.И. 139
Черепанова Ю.И. 339
Черненко П.А. 57
Чернов Д.В. 114
Честюнина С.Р. 359
Чирцова А.А. 117
Чистякова В.И. 313
Чуркина Н.А. 152, 155, 161, 164, 353, 356, 391, 394
Чуркина Л.И. 167
Шамрай И.Н. 332
Шахнович Р.М. 90
Шмаков А.В. 105
Штальман Д.Е. 278
Юсупова А.Р. 263
Язвенко Т.Е. 343
Якимов И.С. 120

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СИБИРИ

31-Я РЕГИОНАЛЬНАЯ НАУЧНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

Часть 2

Сборник научных трудов

Под редакцией Кравченко Е.А.

Подписано в печать 05.09.2023. Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная.
Тираж 50 экз. Уч.-изд. л. 23,71. Печ. л. 25,5. Заказ № Р-02377.
Цена договорная

Отпечатано в типографии
Новосибирского государственного технического университета
630073, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20

