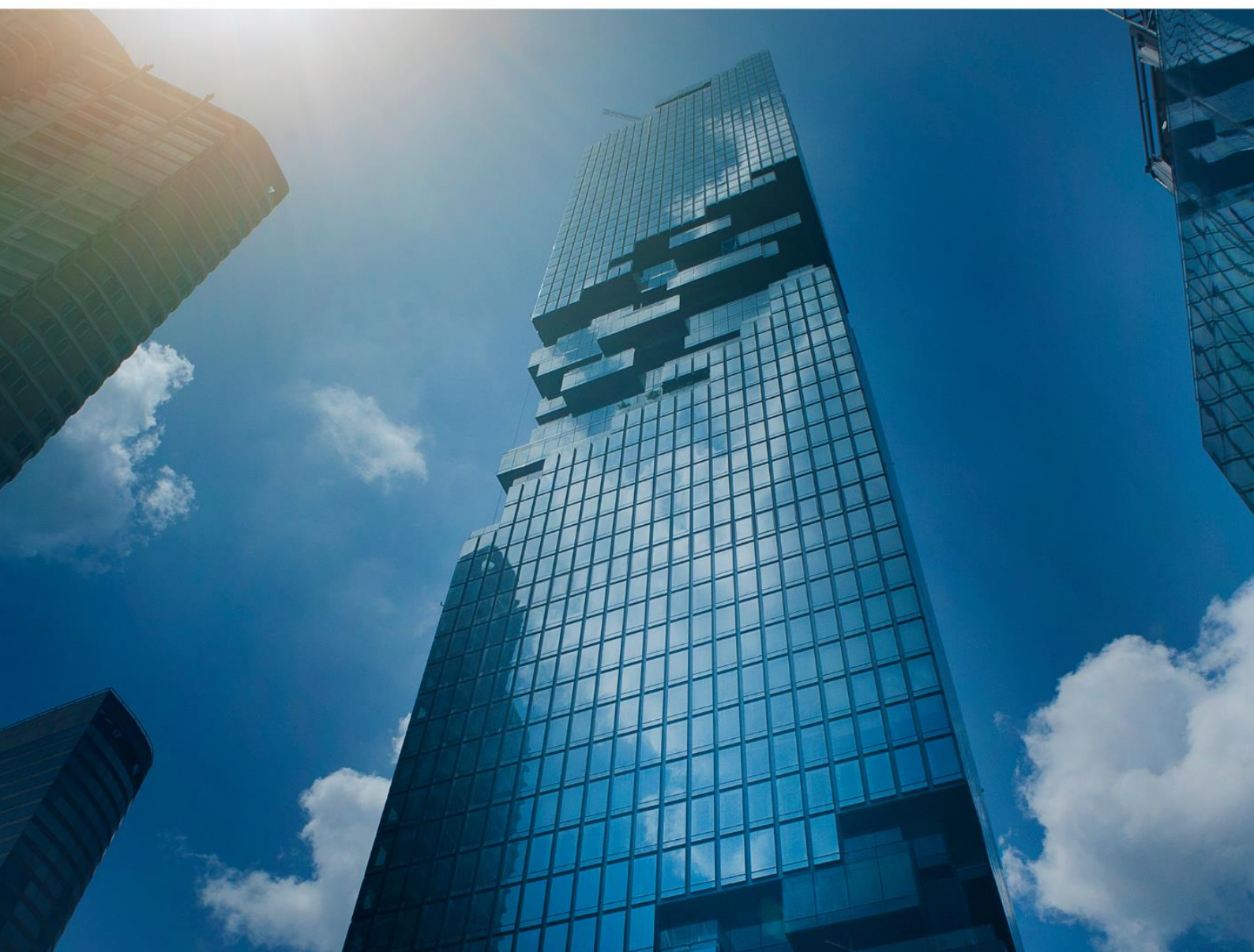


ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ



EDRJ.RU

ISSN 2542-0208

Экономическая теория
Экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами
Управление инновациями
Экономика и управление в образовании
Государственное управление
Региональная экономика
Мировая экономика
Логистика

НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 9/2023

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2023

УДК 33
ББК 65
Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №9 - 2023. – 136 с.

ISSN 2542-0208

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современного экономического развития и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления.

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

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте www.edrj.ru

УДК 33
ББК 65

Редакционная коллегия:

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука» (mail@scipro.ru)

Балашова Раиса Ивановна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры “Экономика предприятия” Донецкого национального технического университета.

Глебова Анна Геннадьевна – доктор экономических наук, профессор экономики и управления предприятием ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», член Новой экономической ассоциации. Эксперт научных направлений – антикризисное управление и банкротство, экономика предприятия и предпринимательства, управление.

Кожин Владимир Александрович – заслуженный экономист РФ, доктор экономических наук, профессор кафедры организации и экономики строительства Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Эксперт научных направлений – финансы, бюджетирование, экономика предприятия, экономика строительства.

Мазин Александр Леонидович – доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Нижегородского института управления, филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Эксперт научных направлений: экономика труда, экономическая теория.

Бикеева Марина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва. Эксперт научных направлений: социальная ответственность бизнеса, эконометрика, статистика.

Лаврентьева Марина Анатольевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социальной медицины и организации здравоохранения. ФГБОУ ВО “Нижегородская государственная медицинская академия” Министерства здравоохранения Российской Федерации. Эксперт научных направлений: учет, анализ, аудит, экономическая теория, экономика труда.

Тиндова Мария Геннадьевна – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФБГОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.

Шагалова Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Эксперт научных направлений: бюджетирование, мировая экономика, ценообразование, экономика предприятия, инновационный менеджмент.

Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей

© НОО Профессиональная наука, 2015-2023

Оглавление

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ	6
Веснин А.С. Перспективы развития глобальных цепочек добавленной стоимости: факторы и тренды	6
Чижова Т. Д., Лаврентьева М.А. Особенности бухгалтерского учёта в пищевой промышленности.....	15
МАРКЕТИНГ	21
Окольнишникова И.Ю., Быстров В.Н. Анализ ключевых особенностей российского розничного фармацевтического рынка рецептурных препаратов	21
МЕНЕДЖМЕНТ	27
Орлова М.А. Аудит персонала и его роль построения кадрового менеджмента персонала	27
Титкова М.В. Взаимосвязь карьерного продвижения и лидерской позиции	32
Швецов А. Ю. Функционал и возможности отечественных корпоративных мессенджеров на примере Compass	36
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	40
Мзедави С.К.А., Мингалева Ж.А. Экономические препятствия и устойчивое развитие в Ираке.....	40
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	54
Файзуллина Т.Е. Оценка маркетингового потенциала муниципального образования город Нижний Тагил	54
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	61
Асяева Э.А., Васильева А.С. Международный опыт внедрения «зеленых» финансовых инструментов на финансовом рынке	61
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	75
Кундухова З.О. Основные направления государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России.....	75
ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ.....	82
Попова Ю.А. Актуальные методики формирования системы внутреннего контроля организации и инновационные подходы к ее оценке	82
Сорокин И.А., Кунев С.В. Направления совершенствования системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия.....	92
Сорокин И.А., Кунев С.В. Оценка современного состояния и тенденций развития малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия	99
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.....	108
Borbasova Z.N., Omarova A.S. The main directions of development of interactive marketing in the activities of a tourist enterprise.....	108
Бушмелева Г.В., Саитова Ю.В. Разработка управленческого инструмента учета контрагентов	117
Смородина Е.А. Проблемы налогообложения самозанятых граждан в России	122
Шагалова Т.В., Шушляпин П.В. Основные тенденции на рынке первичной элитной недвижимости Москвы в 2021-2022 годах.....	128

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ

УДК 33

Веснин А.С. Перспективы развития глобальных цепочек добавленной стоимости: факторы и тренды Prospects for the development of global value chains: factors and trends

Веснин Антон Сергеевич,

аспирант. Дипломатическая академия МИД России, г. Москва.

Научный руководитель: **Секачева А.Б.**

доцент кафедры "Мировая экономика",

кандидат экономических наук

Vesnin Anton Sergeevich,

graduate student. Diplomatic Academy of the Russian Foreign Ministry, Moscow.

Scientific supervisor: Sekacheva A.B.

Associate Professor of the Department of "World Economy",

Candidate of Economic Sciences

Аннотация. В статье представлен анализ текущего состояния глобальных цепочек добавленной стоимости (ГЦДС), выступающих важным элементом международной торговли в настоящее время. Выделены ключевые факторы, определяющие перспективы развития ГЦДС в современных условиях.

Ключевые слова. Международная торговля, международное производство, глобальные цепочки добавленной стоимости, глобализация, фрагментация

Abstract: The article analyzes the current state of global value chains (GVCs), which play an important role for international trade today. The key modern-day factors that determine the prospects for the development of GVCs are identified.

Keywords. International trade, international production, global value chains, globalization, fragmentation

Рецензент: Бабкина Анастасия Валентиновна - кандидат экономических наук, доцент.

Доцент кафедры прикладной информатики.

ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Введение

В настоящее время большая доля товаров, участвующих в международном обмене, производится не в одной отдельной стране, а в рамках глобальных цепочек, проходящих через несколько стран. Это позволяет снижать издержки и повышать конкурентоспособность продукции, размещая отдельные этапы производств там, где это выгодно. Такая структура определяет участие стран в международном разделении труда на разных производственных этапах, исходя из их обеспеченности факторами производства, конкурентными возможностями и технологического уровня развития производств.

Изучению данной проблематики посвящены работы В.В. Перской [1], Н.А. Волгиной [2], В.Б. Кондратьева [3], П.А. Кадочникова [4] и др. Среди иностранных исследователей следует выделить Р.Болдуина, П. Антраса, Дж. Чжання и др.

Вместе с тем, изучение ключевых современных факторов, определяющих дальнейшее развитие ГЦДС, носит фрагментарный характер. Это обуславливает актуальность проводимого исследования, нацеленного на систематизацию ключевых детерминант развития ГЦДС в обозримой перспективе.

Методологическая основа исследования

При подготовке научной работы использовались общенаучные методы исследования, такие, как методы системного анализа и исследования операций, метод сравнений и аналогий, метод графического представления статистических данных, метод обобщений.

Современное состояние ГЦДС

По данным ОЭСР [5], более 70% международной торговли осуществляется в рамках ГЦДС. Однако, тренды и темпы развития ГЦДС значительно изменились за последние двадцать лет. Эпоха «гиперглобализации» (hyper globalization), характеризующаяся экспансией глобальных производственно-сбытовых цепочек в период с 1990-х гг. вплоть до финансового кризиса 2008-2010 гг. [6], сменилась т.н. «слоубализацией» (slowbalization), сопровождаемой замедлением темпов роста мировой экономики и сокращением ГЦДС (Рис.1).

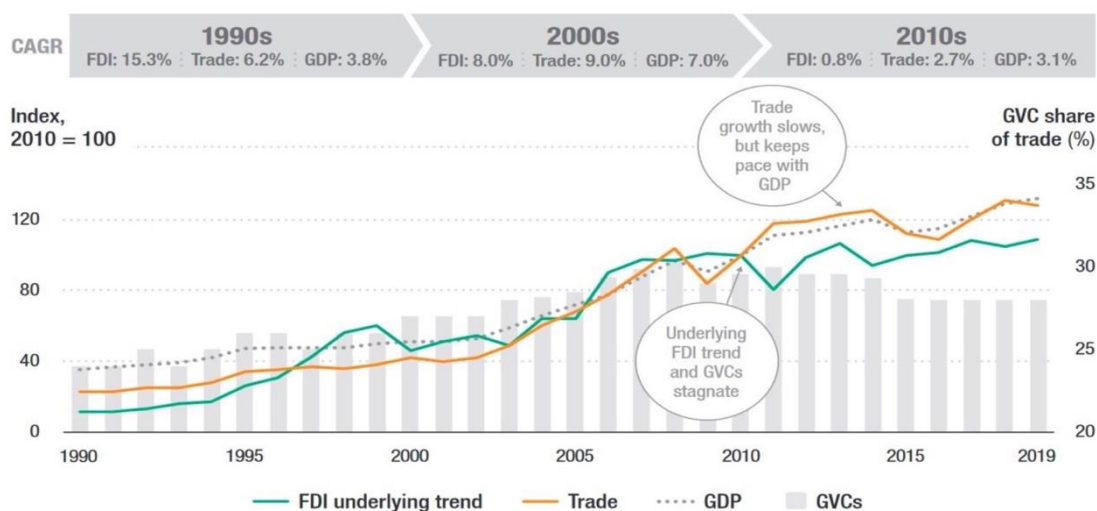


Рисунок 1 - Динамика развития ГЦДС, 1990-2010-е гг.

Источник: ЮНКТАД

Такая динамика обусловлена рядом внешних факторов. Прежде всего, надо учитывать, что экспансии ГЦДС в эпоху гиперглобализации существенно поспособствовал ряд значимых для мировой экономики событий – распад СССР, интеграция Китая в глобальную торговую систему и его вступление во Всемирную торговую организацию. Последовательное замедление темпов развития ГЦДС впоследствии – естественный и ожидаемый сценарий [7]. *Структурные изменения в мировой экономике* – переход крупнейшего игрока, Китая, от экспортно-ориентированной модели на внутреннее потребление, рост заработной платы в Азии – лишь усилили тенденцию на «слоубализацию».

Ключевые тренды развития ГЦДС и определяющие их факторы

Какие же факторы определяют параметры современных ГЦДС?

Во-первых, **усиление глобальной нестабильности и рост торгового протекционизма** [8]. Рост торгового протекционизма прямо противоположен тренду на либерализацию торговли – многосторонней и региональной – и экспортную ориентированность политик, сопровождавших период экспансии ГЦДС в 1990-2010 гг.) Усиливающаяся нестабильность ГЦДС под влиянием последствий пандемии, поликризиса и обострения конкуренции (в том числе на фоне растущего сопротивления «США-Китай») ведут к переформатированию существующих производственно-сбытовых связей.

Повышение устойчивости цепочек поставок и производства становится главным ориентиром правительств и экономических операторов при формировании стратегии участия в ГЦДС. Данное направление может реализовываться, во многом в зависимости от конкретной отрасли, по нескольким траекториям: диверсификация, «резервирование», решоринг, регионализация и «френдшоринг» [9].

Рассмотрим каждое из этих направлений.

Для *диверсификации* характерно расширение состава участников – стран и фирм – в ГЦДС. Реализация этой траектории требует более гибкого управления ГЦДС, что во многом может быть достигнуто за счет цифровизации цепочек поставок. Требуется баланс относительно жесткой качественной и мягкой цифровой инфраструктуры. С точки зрения системного влияния на ГЦДС, диверсификация влечет за собой уменьшение капиталоемкости производств, усложнение удержания добавленной стоимости в принимающих странах.

Траектория *«резервирования»* (“redundancy”) предполагает постепенный переход от инвестиций в крупные промышленные производства к распределенному производству, которое опирается на компактную физическую инфраструктуру и цифровую инфраструктуру. В перспективе реализация этой траектории приведет к сокращению ГЦДС с одновременным ростом концентрации добавленной стоимости.

Еще одно потенциальное последствие выбора этой стратегии - восстановление многопрофильных производств (что особенно актуально для перерабатывающих отраслей с центральной и региональной структурой).

Отдельного внимания заслуживает *решоринг* (возвращение на родину производств или цепочек поставок, ранее перенесенных в страны с более низкими издержками). На фоне усиливающейся нестабильности государства активно стимулируют решоринг цепочек для снижения зависимости от внешних факторов и – главное – зарубежных поставщиков.

В системном плане решоринг ведет к сокращению и консолидации ГЦДС, росту географической концентрации добавленной стоимости. При этом, практикуемый (преимущественно западными странами) тренд на «сопровождение» процессов решоринга торговым протекционизмом, изоляционизмом и антиконкурентными практиками ведет к искажению глобальной конкуренции. А чрезмерно активный курс на решоринг в целом чреват сокращением возможностей для международной кооперации, что будет иметь наиболее тяжелые последствия для экспортно-ориентированных развивающихся стран. Поскольку решоринг наиболее характерен для высокотехнологичных отраслей, усилится разрыв между развитыми и развивающимися странами. Потребители с низким доходом в странах с развитой экономикой больше не будут иметь доступа к технологиям, а также к более дешевым импортным товарам (что сделает небольшие страны с открытым рынком особенно уязвимыми). По оценкам ВТО, из-за потенциального «технологического разъединения» (tech decoupling) в некоторых странах (прежде всего, развивающихся и наименее развитых) потери ВВП могут достигать 8-12%.

Еще один «рецепт» повышения устойчивости производственно-сбытовых цепочек – *регионализация*. Регионализация способствует сокращению длины ГЦДС, росту концентрации добавленной стоимости на региональном уровне.

В последнее время наблюдается тренд на ее крайность - «френдшоринг» (friendshoring), при котором создаются сети «доверенных поставщиков» из дружественных стран ¹. Экспансия френдшоринга усиливает фрагментацию международной торговли, в том числе способствуя фрагментации применимых к ней правил и стандартов. Кроме того, заключаемые «френдшоринговые» сделки могут быть

¹ Пример - созданный в 2022 г. по инициативе США альянс «Chip 4» (США, Япония, Южная Корея, Тайвань). Провозглашаемая цель – укрепление безопасности и устойчивости цепочек производства полупроводников, в том числе через снижение мировой зависимости от деталей, произведенных в Китае. Примечательно, что альянс создан параллельно с принятием США CHIPS and Science Act..

сомнительны с точки зрения соблюдения режима наибольшего благоприятствования и, тем самым, быть неправомерными с точки зрения ВТО.

Важно также понимать, что резкая смена траекторий ГЦДС (будь то посредством решоринга или регионализации цепочек), в свою очередь, влечет за собой рост изъятия инвестиций и сокращение ПИИ, ориентированных на повышение эффективности производства. Для ряда стран это означает необходимость реиндустриализации, а для других – сопротивление преждевременной деиндустриализации. В этих условиях интеграция (особенно развивающихся и наименее развитых стран) в ГЦДС, прежде всего, на переделах с высокой добавленной стоимостью, становится все труднее.

Второй важный фактор, влияющий на дальнейшее развитие ГЦДС – **процессы 4-ой промышленной революции и цифровизации**. Отрасли «перемещаются» в высокотехнологичную, наукоемкую сферу с растущим удельным весом секторов услуг. Доступ к технологиям становится залогом конкурентоспособности компаний. В этих условиях искусственное ограничение доступа к технологиям становится новым инструментом протекционизма, «блокирующим» участие отдельных игроков в ГЦДС. Это в том числе касается доступа к «зеленым» технологиям, значение которых существенно растет на фоне стремительного развития «зеленой повестки» и продвигаемого западными странами тренда на декарбонизацию, приобретающего новые масштабы на фоне мирового энергетического кризиса и попыток снижения санкционерами своей зависимости от российских энергоресурсов.

В условиях возрастающей фрагментации международной торговли, усиления роли технологий и глобальной нестабильности наблюдается тренд на т.н. «технологическое разъединение» (technological decoupling) [10]. Этот феномен проявляется в упомянутых выше явлениях решоринга, регионализации и френдшоринга, диверсификации цепочек, охватывая высокотехнологичные отрасли и усиливая технологический разрыв между развитыми и развивающимися странами.

В системном плане наибольшее влияние на параметры ГЦДС оказывают такие технологические тренды как автоматизация с использованием робототехники и искусственного интеллекта, цифровизация цепочек поставок (в том числе посредством цифровых платформ, систем облачного хранения данных, промышленного Интернета вещей), распространение блокчейна, аддитивного производства² и повсеместная кастомизация производства [11]. Каждая из этих технологий, в зависимости, от применения в конкретной отрасли, будет по-своему сглаживать, растягивать или изгибать «кривую улыбки» (smile curve) цепочки.

² Аддитивное производство (Additive Manufacturing), или технологии послойной печати – это создание изделий, основанное на поэтапном добавлении материала на основу в виде плоской платформы или осевой заготовки.

Каждый из этих трендов заметно влияет на длину, географию и управление ГЦДС [12] (включая роль и параметры ПИИ, человеческого капитала и других вовлеченных в построение цепочки факторов производства). Так, например, роботизация производства провоцирует рост спроса на высококвалифицированные кадры, лишая многие развивающиеся страны их ранее основного конкурентного преимущества – дешевой рабочей силы. Пролиферация цифровых технологий склоняет экономических операторов к выбору бизнес-моделей «легкие активы» (asset-light), тем самым провоцируя сокращение ПИИ в физические производственные активы. Распространение технологий 3D-печати, при условии их доступности, и вовсе может привести к тотальной трансформации ГЦДС, заменив транспортировку товаров на передачу информации [13]. При этом, некоторые исследователи [14] утверждают, что цифровая революция способствует сокращению торговли товарами, в то же время стимулируя развитие торговли услугами и «сервитизацию» ГЦДС.

Третий важный фактор воздействия на ГЦДС – **императив устойчивого развития**. Требования устойчивости играют все большее значение с точки зрения конкурентоспособности и перспектив освоения рынка в целом. Развитие зеленой и голубой экономики накладывают отпечаток как на производственные процессы, так и на непосредственно торговлю в рамках ГЦДС. При этом, все менее отчетливой становится грань между реальными мерами «во благо» ЦУР ООН и использованием устойчивой повестки в качестве предлога для создания искусственных конкурентных преимуществ (пример «экологического протекционизма» – пограничный корректирующий углеродный налог Евросоюза).

Важное значение для будущего развития ГЦДС имеют и сохраняющиеся различия в подходах между странами и регионами в части устойчивой повестки – например, по отношению к целевым показателям выбросов, «озеленению» торговой, инвестиционной и финансовой политики. Несмотря на предпринимаемые попытки устранить эти различия на многостороннем уровне, ощутимый прогресс пока заметен преимущественно в рамках региональных и двусторонних договоренностей (пример: сделка ЕС-США по «зеленой стали»), что еще больше способствует фрагментации правил и стандартов в сфере «зеленой повестки» и усиливает регионализацию ГЦДС.

Помимо этого, повышается роль *корпоративной ответственности*, что также сказывается на участии экономических операторов в ГЦДС. Соответствие ESG-стандартам, соблюдение новых стандартов отчетности, качественное раскрытие информации постепенно приобретают обязательный характер, становясь залогом конкурентоспособности.

Заключение

Стремительно меняющийся ландшафт международной торговли оказывает значительное влияние на ГЦДС. Среди ключевых факторов, определяющих параметры современных ГЦДС и участия в них, можно выделить: рост глобальной нестабильности в условиях поликризиса, рост торгового протекционизма, процессы Четвертой промышленной революции, растущее влияние цифровой повестки и бурное развитие технологий; императив устойчивого развития, предполагающий внедрение компонента устойчивости в торговлю и производственные процессы.

Под влиянием этих факторов общая тенденция в сфере международного производства сводится к сокращению ГЦДС и усилению концентрации добавленной стоимости. Растет фрагментация международного производства, наблюдается тренд на укорачивание длины цепочки добавленной стоимости с целью повышения ее стабильности. Меняется географическое распределение добавленной стоимости. В условиях стремительного «озеленения» и «технологизации» международной торговли и производства изменяются качественные требования к участию в ГЦДС.

Выстраивание эффективной стратегии участия российской экономики в ГЦДС во многом зависит от степени учета указанных факторов и тенденций.

Библиографический список

1. Перская В.В. Глобальные цепочки стоимости как трансформационный индикатор изменений в мировой экономике // Вопросы региональной экономики. – 2021 – № 1(46) – С.223–233.
2. Волгина Н.А. Изучение глобальных цепочек стоимости: роль международных организаций // Вестник международных организаций. – 2020 – №15(2) – С.255–282.
3. Кондратьев В.Б. Глобальные цепочки добавленной стоимости в современной экономике / Фонд исторической перспективы. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.perspektivy.info/print.php?ID=269044&ysclid=lkeh83c4yb347913290> (дата обращения 04.07.2023).
4. Кадочников П.А. Перспективные вопросы расширения участия России в глобальных цепочках добавленной стоимости // Российский внешнеэкономический вестник. – 2015. – No 2. – С. 8–13. (0,4 п.л.).
5. OECD. Global Value Chains and Trade 2022. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://oecd.org/trade/topics/global-value-chains-and-trade/> (дата обращения 04.07.2023).

6. Subramanian, A. and M.Kessler. The Hyperglobalization of Trade and Its Future, Working Paper Series No. 13-6 2013. Washington, DC: Peterson Institute for International Economics. [Электронный ресурс] — Режим доступа:<https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/The%20hyperglobalization%20of%20trade%20and%20its%20future.pdf> (дата обращения 04.07.2023).

7. Antràs, Pol (2020). Conceptual Aspects of Global Value Chains. World Bank Economic Review – №34 (3) – С.551-574. [Электронный ресурс] — Режим доступа:https://www.researchgate.net/publication/346605547_Conceptual_Aspects_of_Global_Value_Chains (дата обращения 18.07.2023).

8. См., например: De Bolle, M., and J. Zettelmeyer. Measuring the Rise of Economic Nationalism // PIIE Working Paper. Washington, DC: Peterson Institute for International Economics. – №19–15, 2019. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.piie.com/publications/working-papers/measuring-rise-economic-nationalism> (дата обращения 18.07.2023); 2021 Asian Development bank, Research institute for Global Value Chains at the university of international business and economics, the World Trade Organization, the Institute of Developing economies – Japan external trade organization, and the China Development Research Foundation / Global Value Chain Development Report 2021: Beyond Production. [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/00_gvc_dev_report_2021_e.pdf (дата обращения 18.07.2023).

9. James X. Zhan. GVC transformation and a new investment landscape in the 2020s: Driving forces, directions, and a forward-looking research and policy agenda // Journal of International Business Policy. Washington, DC: Peterson Institute for International Economics. [Электронный ресурс] — Режим доступа:https://www.researchgate.net/publication/348985588_GVC_transformation_and_a_new_investment_landscape_in_the_2020s_Driving_forces_directions_and_a_forward-looking_research_and_policy_agenda (дата обращения 18.07.2023).

10. См., например: Cerdeiro, Diego A., Johannes Eugster, Rui C. Mano, Dirk Muir and Shanaka J. Peiris (2021). Sizing Up the Effects of Technological Decoupling. // IMF Working Paper – WP/21/69. — Режим доступа: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2021/03/12/Sizing-Up-the-Effects-of-Technological-Decoupling-50125> (дата обращения 18.07.2023) ; Eppinger, Peter, Gabriel Felbermayr, Oliver Krebs, and Bohdan Kukharsky (2021). Decoupling Global Value Chains // CESifo Working Paper № 9079. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.cesifo.org/en/publications/2021/working-paper/decoupling-global-value-chains> (дата обращения 18.07.2023); Javorcik, Beata S., Lucas Kitzmueller, Helena Schweiger, and

Muhammed A. Yıldırım (2022), “Economic Costs of Friend-shoring,” CID Faculty Working Paper No. 422. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://growthlab.cid.harvard.edu/files/growthlab/files/2022-09-cid-wp-422-friend-shoring.pdf> (дата обращения 18.07.2023).

11. См., например: UNCTAD World Investment Report 2017: Investment and the Digital Economy. [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2017_en.pdf (дата обращения 18.07.2023).; Brun, L., Gereffi, G., & Zhan, J. X. 2019. The ‘Lightness’ of industry 4.0 lead firms: Implications for global value chains. In book: Transforming Industrial Policy for the Digital Age: Production, Territories and Structural Change (pp.37-67), Edward Elgar Publishing Ltd. [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/336891275_The_lightness_of_Industry_40_lead_firms_implications_for_global_value_chains (дата обращения 18.07.2023).

12. UNCTAD World Investment Report 2020: International Production Beyond the Pandemic. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2020>. (дата обращения 18.07.2023).

13. Болдуин Р. Великая конвергенция: информационные технологии и новая глобализация / Пер. с англ. О. Левченко; под на- уч. ред. А. Белых. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. – 416 с. О технологиях 3D печати и связанных с ними угрозах для международной торговли и всей современной экономической модели также см., например: Урри Дж. Как выглядит будущее? – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. – 320 с.

14. Baldwin, Richard. The Globotics Upheaval: Globalization, Robotics, and the Future of Work, 2020. Oxford: Oxford University Press. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/341801554_Richard_Baldwin_The_Globotics_Upheaval_Globalisation_Robotics_and_the_Future_of_Work_1st_edition_London_Weidenfeld_Nicolson_2019_292_pages_ISBN_978-1_4746-0901-2 (дата обращения 18.07.2023).

УДК 33

Чижова Т. Д., Лаврентьева М.А. Особенности бухгалтерского учёта в пищевой промышленности

Features of accounting in the food industry

Чижова Т. Д.

Студент группы 3522Б1БИ1, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Лаврентьева М.А.

Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

Chizhova T. D.

Studen 3522Б1БИ1t, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Lavrentieva M.A.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Accounting Department, Lobachevsky Nizhny Novgorod State University

Аннотация. В статье рассматриваются основные особенности и функции бухгалтерского учета используемые в пищевой промышленности.

Ключевые слова. Бухгалтерский учет, финансовая отчетности, пользователи финансовой отчетности, пищевая промышленность.

Abstract. The article discusses the main features and functions of accounting used in the food industry.

Keywords. Accounting, financial reporting, financial reporting users, food industry.

Рецензент: Бабкина Анастасия Валентиновна - кандидат экономических наук, доцент.
Доцент кафедры прикладной информатики.
ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Бухгалтерский учет играет ключевую роль в эффективном управлении финансами и операциями предприятий различных отраслей. Пищевая промышленность является одной из важных и конкурентных отраслей, где эффективное ведение бухгалтерии имеет особое значение. В этой статье необходимо рассмотреть основные особенности бухгалтерского учета в пищевой промышленности и его значение для успешного функционирования предприятий в этой отрасли.

Бухгалтерское учет в пищевой промышленности - это система учета, которая позволяет отслеживать и анализировать финансовые операции в предприятии. Особенности бухгалтерского учета в данной отрасли включают в себя:

1. Регистрация финансовых операций. Важным элементом бухгалтерского учета в письменной промышленности является регистрация всех финансовых операций,

связанных с реализацией продукции или услуг. Это позволяет отслеживать доходы и расходы, а также контролировать финансовые результаты.

2. Контроль за правильностью учета. Правильность учета финансовых операций является важным фактором для обеспечения правильности бухгалтерской отчетности. Для этого необходимо проводить проверки на правильность учета и выявлять возможные ошибки.

3. Анализ финансовых показателей. Бухгалтерское учет в пищевой промышленности позволяет анализировать финансовые показатели, такие как прибыль, рентабельность, оборачиваемость и т.д. Это позволяет оптимизировать бизнес-процессы и улучшить финансовые результаты.

4. Контроль за качеством продукции. Качество продукции является важным фактором для успешной реализации бизнеса. Для этого необходимо контролировать качество продукции и проводить тестирование перед производством.

5. Соблюдение законодательства. Бухгалтерское учет в пищевой промышленности должен соответствовать законодательству вашей страны. Это включает в себя соблюдение налогового законодательства, правил таможенного оформления и т.д.

6. Обучение персонала. Правильное бухгалтерское учетное обслуживание является важным фактором для эффективного управления бухгалтерской деятельностью. Для этого необходимо обучать персонал бухгалтерскому учету и повышать его квалификацию.

Пищевая промышленность включает широкий спектр компаний, занимающихся производством, переработкой и распространением пищевых продуктов. В этой динамичной отрасли бухгалтерский учет имеет свои уникальные особенности, связанные с особенностями процессов производства, сезонностью, контролем качества и другими факторами.

Одной из основных особенностей пищевой промышленности является необходимость учета сырья и материалов. Пищевые предприятия работают с различными видами сырья, включая овощи, фрукты, мясо, рыбу, зерно и другие ингредиенты. Бухгалтерский учет должен учитывать стоимость закупки сырья, его использование в процессе производства, контролировать остатки и минимизировать потери и брак.[1]

Учет производственных затрат также является важным аспектом бухгалтерии в пищевой промышленности. В процессе производства пищевых продуктов возникают затраты на энергию, трудовые ресурсы, обслуживание оборудования, управление отходами и другие расходы. Бухгалтерский учет должен обеспечивать точное

распределение этих затрат по продуктам и производственным линиям, что позволяет оптимизировать производственные процессы и управлять затратами эффективно.

Бухгалтерское учет в пищевой промышленности выполняет ряд функций, которые позволяют эффективно управлять финансами предприятия. Вот некоторые из них:

1. Регистрация финансовых операций. Бухгалтерское учет в пищевой промышленности позволяет регистрировать все финансовые операции, связанные с производством, переработкой и транспортировкой пищи. Это позволяет отслеживать доходы и расходы, а также контролировать финансовые результаты.
2. Контроль за правильностью учета. Правильность учета финансовых операций является важным фактором для обеспечения правильности бухгалтерской отчетности. Для этого необходимо проводить проверки на правильность учета и выявлять возможные ошибки.
3. Анализ финансовых показателей. Бухгалтерское учет в пищевой промышленности позволяет анализировать финансовые показатели, такие как прибыль, рентабельность, оборачиваемость и т.д. Это позволяет оптимизировать бизнес-процессы и улучшить финансовые результаты.
4. Контроль за качеством пищи. Качество пищи является важным фактором для успешной реализации бизнеса. Для этого необходимо контролировать качество пищи и проводить тестирование перед производством.
5. Соблюдение законодательства. Бухгалтерское учет в пищевой промышленности должен соответствовать законодательству вашей страны. Это включает в себя соблюдение налогового законодательства, правил таможенного оформления и т.д.
6. Обучение персонала. Правильное бухгалтерское учетное обслуживание является важным фактором для эффективного управления бухгалтерской деятельностью. Для этого необходимо обучать персонал бухгалтерскому учету и повышать его квалификацию.
7. Особенности учета сырья и материалов: Пищевая промышленность включает в себя процессы производства, связанные с обработкой и преобразованием сырья в готовые пищевые продукты. Учет сырья и материалов является критическим аспектом бухгалтерии в этой отрасли. Необходимо учитывать стоимость закупки сырья, его использование в производственном процессе, отслеживать остатки и контролировать потери и брак.
8. Учет производственных затрат: В процессе производства пищевых продуктов важно точно учитывать все производственные затраты. Это включает затраты на энергию, трудовые ресурсы, обслуживание оборудования, управление

отходами и другие расходы, связанные с процессом производства. Бухгалтерский учет должен обеспечивать точное распределение этих затрат по продуктам и производственным линиям.

9. Учет качества продукции: В пищевой промышленности качество продукции имеет первостепенное значение. Бухгалтерский учет должен учитывать данные о качестве продукции, включая результаты анализов, контрольные точки в процессе производства и даты исследований. Это помогает в управлении качеством и принятии решений относительно дальнейшего производства и реализации продукции.

10. Учет сезонности и сроков годности: Некоторые пищевые продукты имеют сезонную природу, а также ограниченный срок годности. В бухгалтерском учете важно учитывать эти факторы. Необходимо отслеживать данные о сезонных колебаниях спроса и производственных объемах, чтобы правильно планировать закупки сырья, производственные мощности и распределение затрат. Также важно контролировать сроки годности готовой продукции, чтобы избежать убытков от устаревших запасов или продажи просроченной продукции.

11. Учет нормативов и стандартов: Пищевая промышленность подвергается строгим нормативам и стандартам в области качества, безопасности и санитарных норм. Бухгалтерский учет должен учитывать все эти нормативы и стандарты при оценке производственных процессов, расходов на соблюдение норм и сертификации продукции. Нарушение нормативов может привести к штрафам и ухудшению репутации предприятия, поэтому их строгое соблюдение является неотъемлемой частью бухгалтерского учета в пищевой промышленности.[2]

12. Учет инвентаря и хранения: В пищевой промышленности часто требуется хранение больших объемов сырья, полуфабрикатов и готовой продукции. Бухгалтерский учет должен обеспечивать точное отслеживание инвентаря, контроль за его движением и оценку стоимости запасов. Это позволяет предприятию эффективно управлять запасами, избегать излишков или нехватки товаров и оптимизировать расходы на хранение и логистику. (Рис. 1)

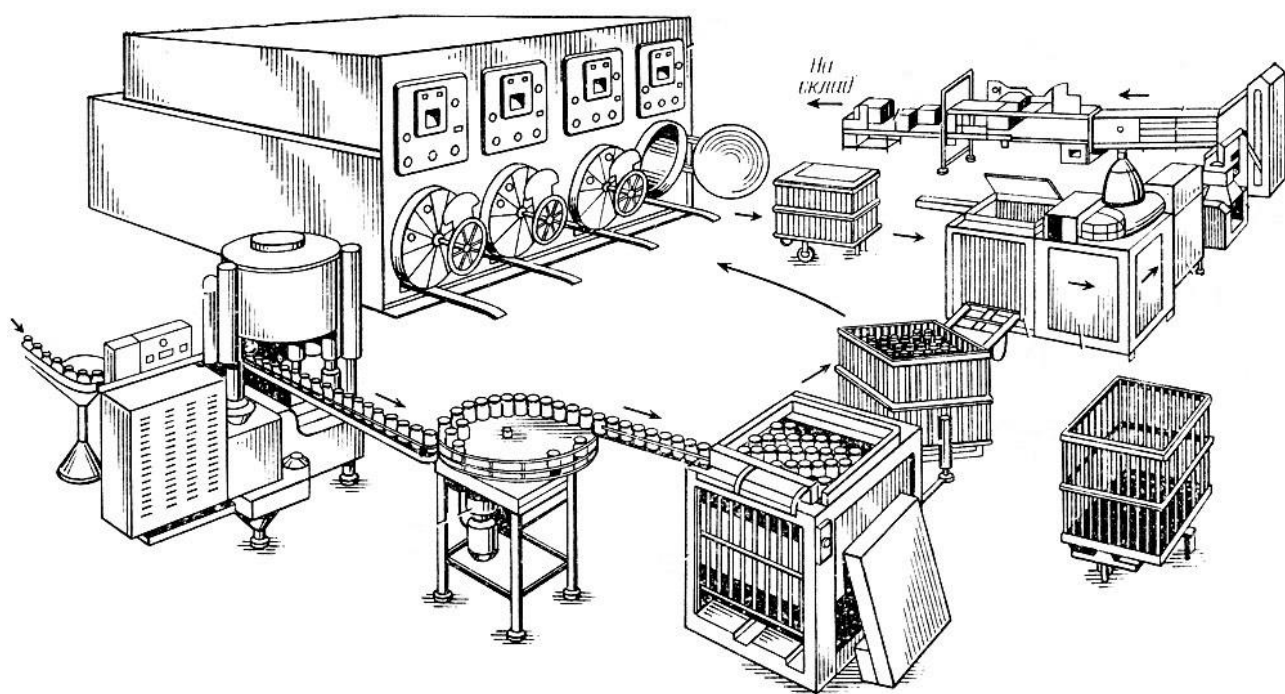


Рис. 1. Пример процесса, который фиксируется с помощью бухгалтерского учёта

13. Учет себестоимости продукции: В пищевой промышленности важно точно определить себестоимость производимой продукции. Это включает учет всех затрат, связанных с производством, таких как сырье, материалы, энергия, трудовые затраты, амортизация оборудования и другие переменные и постоянные издержки. Расчет себестоимости продукции позволяет определить прибыльность и эффективность производства, а также принимать решения по ценообразованию и управлению затратами.

14. Учет акцизов и налогов: Пищевая промышленность может подвергаться особым налоговым регуляциям и акцизам, связанным с производством и реализацией определенных продуктов, например, алкогольных напитков или сладостей. Бухгалтерский учет должен учитывать эти налоговые обязательства и правильно отражать акцизы и налоги в финансовой отчетности предприятия.

15. Учет маркетинговых расходов: В пищевой промышленности маркетинг имеет важное значение для продвижения продукции и привлечения потребителей. Бухгалтерский учет должен учитывать расходы на маркетинг, такие как реклама, продвижение, проведение акций и промо-мероприятий. Это позволяет оценить эффективность маркетинговых инвестиций и определить их влияние на продажи и прибыль предприятия.[3]

16. Учет международных стандартов и требований: Если пищевая компания осуществляет экспорт или импорт продукции, необходимо учитывать международные

стандарты и требования, такие как правила таможенного учета, международные стандарты качества и безопасности пищевых продуктов. Бухгалтерский учет должен быть согласован с международными нормами, чтобы обеспечить соответствие и прозрачность в международных торговых операциях.

Бухгалтерский учет в пищевой промышленности имеет свои особенности, связанные с учетом сырья, производственных затрат, качества продукции, сезонности, сроков годности, нормативов и управлением инвентарем. Точный и надежный учет играет важную роль в эффективном управлении финансами и операциями предприятий в пищевой промышленности. Это позволяет предприятиям принимать обоснованные решения, оптимизировать производственные процессы, контролировать затраты и обеспечивать высокое качество продукции.

Для успешного ведения бухгалтерского учета в пищевой промышленности рекомендуется использовать специализированное программное обеспечение, которое позволяет автоматизировать процессы учета и обеспечивает надежность и точность данных. Также важно иметь квалифицированных бухгалтеров, знакомых с особенностями пищевой промышленности и требованиями соответствующих нормативных актов.[4]

Итак, особенности бухгалтерского учета в пищевой промышленности включают учет сырья и материалов, учет производственных затрат, учет качества продукции, учет сезонности и сроков годности, учет нормативов и стандартов, а также учет инвентаря и хранения. Правильное ведение бухгалтерии в этих областях является ключевым фактором для успешного функционирования предприятий пищевой промышленности, помогая им достичь финансовой стабильности, эффективности и удовлетворения потребностей потребителей.

Библиографический список

1. Леа Р. Допсон и Дэвид К. Хейс. «Контроль затрат на продукты питания и напитки» [Электронный ресурс] // Режим доступа: Food and Beverage Cost Control (ottimmo.ac.id)
2. FoodManufacture.co.uk [Электронный ресурс] // Режим доступа: All news (foodmanufacture.co.uk)
3. Прогнозирование и анализ эффективности маркетингового продвижения [Электронный ресурс] // Режим доступа Прогнозирование и анализ эффективности маркетингового продвижения (elama.ru)
4. International Food Safety and Quality Network [Электронный ресурс] // Режим доступа: International Food Safety and Quality Network (ifsqn.com))

МАРКЕТИНГ

УДК 339.13

Окольнишникова И.Ю., Быстров В.Н. Анализ ключевых особенностей российского розничного фармацевтического рынка рецептурных препаратов

Analyzing key features of the russian retail pharmaceutical market for prescription drugs

Окольнишникова Ирина Юрьевна

д.э.н., профессор, заведующий кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента
ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Быстров Владимир Николаевич

аспирант
ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Okolnishnikova Irina Yurievna
Bystrov Vladimir Nikolayevich

Аннотация. В статье представлены результаты анализа ключевых особенностей российского розничного фармацевтического рынка рецептурных препаратов. Авторами изучена емкость и динамика RX-рынка. Рассмотрены ключевые свойства рецептурных препаратов и обоснована важность государственного регулирования их оборота. Охарактеризованы ключевые особенности отечественного розничного RX-рынка, включая набор разрешенных на нем маркетинговых инструментов. Проанализированы барьеры, с которыми сталкиваются участники эксперимента по дистанционным продажам рецептурных препаратов. Результаты статьи подтверждают важность дальнейшего изучения влияния постепенной легализации дистанционной реализации RX-препаратов на каналы их продаж.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговый анализ, маркетинговая стратегия, маркетинговые инструменты, отечественный розничный фармацевтический рынок рецептурных препаратов, поведение потребителя, дистанционные продажи.

Abstract. The results of the analysis of key features of the Russian retail pharmaceutical market of prescription drugs are presented. The authors have studied the capacity and dynamics of the RX-market. The key properties of prescription drugs are considered and the importance of state regulation of their turnover is substantiated. The author characterizes the key features of the national retail RX-market, including the set of marketing tools allowed in it. The barriers faced by the participants of the experiment on remote sales of prescription drugs are considered. The results of the article confirm the importance of further study of the impact of the gradual legalization of remote sales of RX-drugs on their sales channels.

Keywords: marketing, marketing analysis, marketing strategy, marketing tools, national retail pharmaceutical market of prescription drugs, consumer behavior, remote sales.

Рецензент: Бабкина Анастасия Валентиновна - кандидат экономических наук, доцент.

Доцент кафедры прикладной информатики.
ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Введение

В настоящее время российский розничный фармацевтический рынок растёт довольно быстрыми темпами. Так, с 2020 по 2022 годы в денежном выражении он вырос более чем на 16,7% до 1,3 трлн руб. [1]. В 2022 году доля рецептурных препаратов в рублях составила 52,8% (712,5 млрд руб.) [2], что говорит о высокой емкости RX сегмента рынка и его привлекательности для фармацевтических компаний. В то же время, конкуренция вынуждает фармацевтические компании совершенствовать маркетинговые стратегии. При этом розничный RX-рынок имеет свою специфику, требующую отдельного изучения для последующей адаптации под нее маркетинговых стратегий фармацевтических компаний.

Теория и методы

В отечественной литературе специфика российского розничного RX-рынка рассматривается, как правило, с точки зрения медицины и государственной регуляторики [3]. Маркетинговой специфике развития рынка посвящены работы лишь некоторых отечественных ученых, в том числе, Н.И. Суслова, А.Ю. Юданова, С.В. Паукова и ряда других [4-7], причем возраст данных публикаций зачастую приближается к двадцати годам. Это обуславливает важность актуализации сведений о современном состоянии розничного сегмента RX-рынка. Всестороннего изучения также требуют барьеры, с которыми столкнулись участники стартовавшего 1 марта 2023 г. в России эксперимента по дистанционной продаже RX-препаратов.

В ходе исследования ключевых особенностей российского розничного фармацевтического рынка рецептурных препаратов авторами изучались аналитические отчеты ведущих отраслевых консалтинговых агентств, а также интернет-версии СМИ. Основными методами исследования стали общенаучные методы, такие как анализ и синтез.

Результаты

Стоит отметить, что с фармакологической точки зрения RX-препараты способны оказать серьезное воздействие на организм человека, вмешиваясь в его физиологические процессы. Высокая фармакологическая активность и повышенная токсичность многих рецептурных препаратов может привести к возникновению значительного количества побочных эффектов в сравнении с безрецептурными ОТС-препаратами. В связи с этим применять RX-препараты следует с осторожностью [4].

В силу упомянутых причин, объективно оценить целесообразность применения RX-препаратов может только специалист. В результате многие государства запрещают их свободную продажу и рекламу, направленную на конечных покупателей, что резко сокращает набор доступных для фармацевтических компаний маркетинговых

инструментов. Фактически в список разрешенных инструментов продвижения входят лишь участие в конференциях врачебного и научного сообществ, представление результатов медицинских исследований в специализированной научной литературе, подготовка информационных буклетов для медицинских работников. Подобный подход к регулированию характерен и для российского RX-рынка.

Для RX-рынка характерно расщепление функции потребителя между пациентом, лечащим врачом и государством в лице системы здравоохранения. Рассматривая причины подобного разделения функций, Н.И. Суслов приводит следующие аргументы [4]:

1. Среднестатистический пациент не является специалистом в области здравоохранения и, как следствие, не может подобрать оптимальное лечение с учетом всех рисков. В результате потребительский выбор осуществляется лечащим врачом.

2. Часто пациенты стеснены в финансовых средствах, что приводит к невозможности оплатить назначенное врачом лечение. Тогда функция оплаты переходит к государству.

3. На выбор лечащего врача влияют различные факторы: клинические рекомендации и прочие регуляторные предписания, а также ассортимент государственных аптек в рамках льготного лекарственного обеспечения.

Как следствие разделения функции потребителя, на процесс принятия решения о покупке RX-препаратов оказывают влияние различные субъекты, каждый из которых имеет собственные интересы, которые могут противоречить интересам других акторов. Ученые [4, 8] выделяют следующих ключевых участников: лечащий врач, пациент, государство, фармацевтическая компания, первостольник. Рассмотрим их мотивацию подробнее.

Лечащий врач заинтересован в выздоровлении больного, но, в то же время, не несёт финансовых расходов в связи с назначенным лечением, что снижает его мотивацию к эффективному рыночному поведению. Кроме того, врач может иметь скрытые мотивы, включая материальную заинтересованность в выписке конкретных препаратов, в соблюдении клинических рекомендаций и т.д. Часто врач с пациентом находятся в состоянии информационной асимметрии [4, 8, 9], поскольку объективно оценить необходимость конкретного назначения может только человек с медицинским образованием. В результате пациенту трудно определить уровень профессионализма врача и целесообразность назначений, что также снижает мотивацию последнего к повышению квалификации.

Роль пациента в процессе принятия решения о покупке RX-препаратов носит второстепенный характер. С одной стороны, сказывается государственное регулирование отрасли, с другой – информационная асимметрия с врачом. В то же

время, пациент может оказывать влияние на выбор терапии просьбами о выписке конкретного препарата.

Государство, в свою очередь, стремится снизить затраты на льготное лекарственное обеспечение, но при этом не отвечает за эффективность лечения. Это приводит к порочной практике включения в льготу лекарств исходя из их стоимости, а не эффективности.

Фармацевтические компании зачастую доносят информацию о своих препаратах через взаимодействие медицинских представителей со врачами, при этом во многих случаях наиболее авторитетные доктора становятся опиньон-лидерами.

В рамках аптечных сетей первостольники (обслуживающие посетителей провизоры или фармацевты) часто заменяют назначенные врачом RX-препараты на другие в рамках одного международного непатентованного наименования (МНН). При этом аптеки формируют ассортимент исходя из экономической целесообразности, делая акцент на наиболее финансово выгодные препараты. Это вынуждает покупателей соглашаться на замену препарата, а фармацевтические компании – добиваться включения своей продукции в аптечный ассортимент. Кроме того, в российской аптечной практике часто наблюдается свободный отпуск рецептурных препаратов [10, 11], что с учетом наличия у многих первостольников медицинского образования ставит их консультацию наравне с врачебной по степени значимости для пациента.

Стоит отдельно остановиться на постепенной легализации дистанционных продаж RX-препаратов в России. С 1 марта 2023 г. в Москве, Белгородской и Московской областях стартовал эксперимент по дистанционной продаже таких препаратов. Преимущества цифровизации продаж рецептурных препаратов очевидны: граждане получают дополнительные удобства, а фармацевтические компании – новый канал продаж через маркетплейсы, что сокращает товаропроводящую цепочку и снижает издержки.

В то же время, эксперты рынка отмечают многочисленные барьеры, с которыми уже успели столкнуться участники эксперимента [12, 13]:

1. Регламент московского департамента здравоохранения разрешает дистанционную продажу RX-препаратов только через мобильное приложение ЕМИАС с переходом на сайт аптеки из перечня, что не позволяет быстро сравнить между собой предложения аптек по ценам, срокам доставки и т.д.

2. Покупатель при передаче лекарств должен показать курьеру QR-код на своем смартфоне, что делает невозможным заказ RX-препаратов со стационарного компьютера, а также требует наличия предустановленного приложения ЕМИАС с работающим интернетом. В то же время, аптеки и маркетплейсы вынуждены тратить

финансовые и временные ресурсы на обучение своих курьеров алгоритмам работы с QR-кодами.

3. Третьи лица не могут иметь доступ к личному кабинету ЕМИАС пациента. Тем самым, заказ не могут сделать, к примеру, родственники тяжелобольного пациента. Ситуацию осложняет и то, что частные клиники в большинстве своем не имеют интеграцию с ЕМИАС, из-за чего назначенные ими препараты нельзя приобрести дистанционно.

4. Многие аспекты дистанционной торговли RX-препаратами еще не имеют достаточной нормативно-правовой базы, что удерживает многих игроков (например, аптеки и медицинские организации) от участия в эксперименте.

Выводы

Таким образом, проведенное исследование показало, что российский розничный фармацевтический рынок рецептурных препаратов в настоящее время характеризуется высоким уровнем государственного регулирования, что ограничивает набор маркетинговых инструментов для фармацевтических компаний. RX-рынку свойственно расщепление функции потребителя между пациентом, лечащим врачом и государством. Основную роль в процессе принятия решения о покупке играет лечащий врач, в то время как пациенту отводится второстепенная роль. При этом на данный процесс также оказывают влияние фармацевтические компании и первостольники в аптеках.

Одним из ключевых новшеств на RX-рынке стал стартовавший в марте 2023 г. эксперимент по внедрению дистанционного формата продаж рецептурных препаратов на территории ряда российских регионов. По мнению авторов, это начинание в перспективе позволит повысить уровень комфортности потребителей за счет развития сервисов доставки, а фармацевтическим компаниям даст новый канал продаж и, как следствие, сокращение издержек. В то же время, участники рынка отмечают существенные трудности в ходе эксперимента. В связи с этим, представляется необходимым совершенствование нормативно-правовой базы, а также связанная с ним оптимизация клиентского пути.

Осознание фармацевтическими компаниями специфических особенностей отечественного розничного рынка рецептурных препаратов и использование их при построении своих маркетинговых стратегий позволит, по мнению авторов, повысить эффективность каналов и инструментов продвижения фармацевтической продукции.

Библиографический список

1. Электронный ресурс удаленного доступа. Анализ фармацевтического рынка, 2022. – Режим доступа: https://alpharm.ru/sites/default/files/ezhemesyachnyy_otchyot_2022.pdf (дата обращения: 15.08.2023)
2. Электронный ресурс удаленного доступа. Фармацевтический рынок России, 2022. – Режим доступа: https://dsm.ru/docs/analytics/Annual_report_2023_rus.pdf (дата обращения: 16.08.2023)
3. Статьи из журналов и сборников. Мурашов А.К. Продвижение рецептурных препаратов в сети Интернет // Вестник науки и образования. – 2019. – №22-3 (76). – С. 19-21.
4. Фармацевтический маркетинг: Учеб. пособие для вузов / Н. И. Суслов, М. Е. Добрусина, А. А. Чурин, Е. А. Лосев. – М.: Юрайт, 2022. – 319 с. – (Высшее образование) // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490143>.
5. Юданов А.Ю. Фармацевтический маркетинг / А.Ю. Юданов, Е.А. Вольская, А.А. Ишмухаметов, М.Н. Денисова. – М.: Ремедиум, 2008. – 601 с.
6. Пауков, С. В. Руководство для медицинского представителя фармацевтической компании / С. В. Пауков. — М.: Гэотар Медицина, 2007. – 458 с.
7. Статьи из журналов и сборников. Селявина Ю.Н. Специфика продвижения фармацевтических препаратов на российском рынке // Журнал «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике». – 2016. - №2. – С. 84-92.
8. Столяров, С. А., Маркетинг в здравоохранении + eПриложение: Тесты: Учеб. пособие / С. А. Столяров. – М.: КноРус, 2023. – 298 с. – URL: <https://book.ru/book/945989>.
9. Петрова, Н. Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. — Санкт-Петербург : Фолиант, 2018. — 352 с. — ISBN 978-5-93929-237-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90229.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
10. Статьи из журналов и сборников. Бережнова Т.А., Лунева Е.А., Уйманова А.А. Данные анкетирования фармацевтических работников о рецептурном отпуске лекарственных препаратов в аптечных организациях Воронежской области // Научно-медицинский вестник центрального черноземья. – 2021 г. – №86. – С. 56-60.
11. Статьи из журналов и сборников. Мороз Т.Л., Рыжова О.А. Анализ соблюдения правил отпуска рецептурных лекарственных препаратов из аптек // Журнал «Ремедиум» – 2019 г. – №5. – С. 52-55.
12. Электронный ресурс удаленного доступа. На что жалуетесь: почему буксует эксперимент по онлайн-продаже рецептурных лекарств. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/485678-na-cto-zaluetes-pocemu-buksuet-eksperiment-po-onlajn-prodaze-recepturnyh-lekarstv> (дата обращения: 22.08.2023).
13. Электронный ресурс удаленного доступа. Как проходит пилотный проект по онлайн-продаже рецептурных препаратов? – Режим доступа: <https://gxpnews.net/2023/07/kak-prohodit-pilotnyj-proekt-po-onlajn-prodazhe-recepturnyh-preparatov/> (дата обращения: 22.08.2023).

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 005.95

Орлова М.А. Аудит персонала и его роль построения кадрового менеджмента персонала

Personnel audit and its role in building personnel management

Орлова Мария Алексеевна

студентка 3 курса заочной формы обучения

«Управление персоналом» «ДГТУ»

г. Ростов - на - Дону, Россия

Научный руководитель: **Текучева Светлана Николаевна**

доцент «ДГТУ»

Orlova Maria Alekseevna

3rd year correspondence student

"Human Resources Management" "DSTU"

Rostov-on-Don, Russia

Scientific supervisor: Tekucheva Svetlana Nikolaevna

Associate Professor "DSTU"

Аннотация. В данной статье рассматривается роль и назначение кадрового аудита как одного из важнейших инструментов, позволяющих успешно развиваться управленческим процессам в современной организации. Эффективная система кадрового менеджмента является одним из определяющих инструментов для достижения конкурентных преимуществ современных компаний. Это обусловлено тем фактором, что работники играют важную роль в развитии современной организации. Без использования кадрового аудита не представляется возможным выявлять проблемы и устранять их на ранних стадиях.

Ключевые слова: аудит, кадры, кадровый аудит, управление персоналом, процессы, реализация, персонал.

Abstract. This article discusses the role and purpose of personnel audit as one of the most important tools that allow the successful development of management processes in a modern organization. An effective personnel management system is one of the defining tools for achieving the competitive advantages of modern companies. This is due to the fact that employees play an important role in the development of a modern organization. Without the use of personnel audit, it is not possible to identify problems and eliminate them at an early stage.

Keywords: audit, personnel, personnel audit, personnel management, processes, implementation, personnel.

Рецензент: Бабкина Анастасия Валентиновна - кандидат экономических наук, доцент.

Доцент кафедры прикладной информатики.

ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Актуальность вопроса, связанного с решением проблемы аудита персонала в организации, касается постоянно усиливающегося интереса к управлению человеческими ресурсами в российских компаниях. Большинство организаций в условиях конкурентной борьбы занимаются поиском путей выживания и собственного развития. В таких обстоятельствах руководству нужно получать полноценный объем информации по поводу управления персоналом в организации. Именно от сотрудников

в большей степени зависит выбор правильного вектора развития и совершенствования деятельности. Но, сегодня недостаточно проработаны вопросы, связанные с использованием системного подхода при проведении аудита персонала в организации. На практике отсутствуют общепринятые методики оценки работников, а также формы и процедуры проведения выбираются в компаниях исходя из их возможностей и способностей. В таких обстоятельствах особенное значение получают вопросы, касающиеся создания методического обеспечения кадрового аудита. Его нужно применять на практике в условиях специфики функционирования российских предприятий. Особенно важно правильно адаптировать эти методики и использовать их в конкретных направлениях работы предприятий [1, с. 598].

Значимость кадрового аудита связана с необходимостью соотнести общее положение системы управления работниками с ключевыми векторами развития предприятия. В этих обстоятельствах нужно не только провести анализ возможностей работников и оценить их кадровый потенциал, но и продиагностировать взаимосвязь персонала с руководством. В таких обстоятельствах можно понять, насколько кадровая составляющая будет соответствовать ключевым тенденциям развития организации. Благодаря таким процессам можно понять, какие цели и задачи руководство выбирает для дальнейшего взаимодействия с персоналом в условиях его развития.

С точки зрения практической целесообразности и необходимости аудит персонала в организации нужно проводить в следующих случаях:

1. При решении вопроса, связанного с покупкой предприятия или инвестировании средств в его развитие.
2. Следует произвести консолидацию ряда дочерних предприятий, в результате чего создаётся централизованный холдинг.
3. Компания хочет повысить качество управления в филиалах или структурных подразделениях, в связи с чем возникает необходимость провести аудит персонала.
4. Руководство компании столкнулось с дилеммой, в соответствии с которой не совсем понятно, нужно ли привлекать новых работников в компанию, или заниматься повышением квалификации уже трудоустроенных сотрудников.
5. В компании работает слишком много сотрудников, и нет уверенности в необходимости использования каждого из них. Также может быть ситуация, когда сотрудники чрезмерно нагружены работой, и качество выполнения обязательств снижается.

Поскольку кадровый аудит играет важную роль в контексте обеспечения успешной работы любого предприятия, в таких обстоятельствах есть острая необходимость создать новые количественные и качественные подходы, технологии и

способы его проведения. Проводя обзор уже имеющихся средств и способов аудита персонала в организации, появляется возможность сделать вывод о том, что эти технологии отвечают определённым потребностям. Но, не совсем понятно, могут ли они в полном объёме удовлетворять все современные требования, которые выдвигаются в отношении кадровой службы и диагностики состояния работников в организациях.

Наиболее распространёнными и часто встречающимися на практике методами осуществления кадрового аудита являются:

1. Сравнительный анализ.
2. Привлечение внешних экспертов для проведения проверки.
3. Статистический метод.
4. Метод соответствия определенным параметрам.

Особенно важно при проведении аудита персонала уделять внимание анализу его кадрового потенциала. В таких обстоятельствах особенно важно изучать внешнюю среду, а также оценивать рынок труда в конкретных направлениях. С помощью этого анализа можно произвести сравнение уровня заработной платы управленческого персонала и различных специалистов, выполняющих свои должностные обязанности в разных сферах. Отдельного внимания при проведении аудита заслуживает оценка нормативов загрузки персонала выполнением конкретных задач.

Одной из важнейших особенностей проведения современного аудита персонала является сравнение результатов с другими предприятиями. Это играет важную роль для того, чтобы принимать взвешенные и обоснованные управленческие решения, которые касаются работы с кадрами. Решения могут быть связаны с привлечением новых специалистов, с изменением заработной платы и использованием новых средств для стимулирования трудовой деятельности. Оценку результатов работы в таком случае нужно проводить с учётом объективных обстоятельств. Субъективизм будет излишним, и создаст множество проблем при взаимодействии с работниками [2, с. 199].

Кадровый аудит должен обладать стратегическими элементами. Разработкой стратегических аспектов, необходимых для проведения кадрового аудита, должны заниматься руководящие звенья в компании. Им следует провести анализ и оценить, насколько хорошо практика управления персоналом интегрирована в систему стратегического планирования в организации. Практические аспекты деятельности кадровой службы должны быть в обязательном порядке связаны с иными функциями управления. Эта связь должна касаться вопросов по созданию и применению трудового потенциала в компании. Оценка каждого функционального подразделения в компании строится на проверке эффективности работы любого сотрудника. Кроме того, отдельную проверку нужно проводить в отношении руководителей и структурных

подразделений, которые занимаются управлением персоналом. На них возлагается большая ответственность в контексте сохранения целостности коллектива и повышения качества трудовой деятельности.

Проводя аудит работников в организации и оценивая их кадровый потенциал можно выявить следующие моменты:

1. Степень кадровой обеспеченности и необходимость в использовании нового персонала.
2. Общее качество управленческого персонала и его структуру.
3. Потребность в проведении обучения.
4. Оценить стиль управленческой деятельности.
5. Проанализировать социально-психологический климат в коллективе.
6. Выявить, насколько хорошо развит инновационный потенциал у сотрудников.
7. Установить ключевые источники, которые не позволяют работникам развиваться, поскольку они сопротивляются изменениям [3, с. 49].

В рамках организации аудита персонала следует анализировать качество управления сотрудниками. Эти действия, на наш взгляд, нужно осуществлять по ряду ключевых направлений с учётом некоторых критериев оценки. Такими направлениями являются:

1. Анализ уровня соответствия кадровой политики и практическим аспектам управления работниками целям и задачам развития предприятия. Для этого могут применяться следующие критерии: цели должны быть последовательными и непротиворечивыми, а также необходимо выбрать новые пути для их достижения.

2. Оценивание качества основных нормативных актов, которые регламентируют работу с персоналом. Для этого можно применять следующие критерии: полнота и чёткость изложения материала; соответствие локальных актов действующему трудовому законодательству Российской Федерации.

3. Оценивание самых значимых правил и формальных процедур, с помощью которых можно выстраивать эффективный набор действий для управления работниками. С этой целью прибегают к использованию следующих критериев: трудовые параметры сотрудников; степень эффективности работы предприятия; полнота соответствия всех процессов нормам Трудового кодекса; состояние морально-психологического климата среди работников.

4. Анализ ключевых компонентов, характеризующих состояние организационной культуры. Они влияют на действия сотрудников. С этой целью прибегают к использованию следующих критериев оценки: состояние этики и

морально-психологического климата среди работников; удовлетворённость сотрудников своей деятельностью; отсутствие жалоб или других форм недовольства в компании.

5. Оценивание системы параметров, с помощью которых можно описать качество управления работниками. Для оценки прибегают к применению следующих критериев: действия сотрудников и их взаимодействие с клиентами; приверженность работников к развитию собственного предприятия; показатели трудовой деятельности в компании.

Трудовой потенциал в рамках организации аудита персонала оценить достаточно сложно. Количественный анализ и оценку можно проводить в отношении следующих значимых характеристик: возраст; стаж деятельности; уровень образования; состояние здоровья человека. По сути, потенциал персонала всей компании представлен в виде совокупности взаимосвязанных между собой сумму потенциалов сотрудников. Все они будут определяться особенностями взаимодействия этих участников как важных компонентов единой системы.

В завершении следует сделать вывод о том, что аудит персонала представляет собой сложную систему взаимосвязанных действий, направленных на повышение качества работы с сотрудниками. Сегодня отсутствует единый подход к оцениванию эффективности персонала в рамках организации кадрового аудита. Но, если использовать наиболее успешный опыт и практики компаний, занимающихся аудитом персонала, появляется возможность разрабатывать универсальную технологию проверки сотрудников. Для всех организаций следует выделить общий параметр, который касается проведения качественного аудита персонала. Служба управления персоналом в компании считается одним из наиболее значимых и весомых компонентов управленческой деятельности. Эффективность работы службы управления персоналом в контексте функционирования всего предприятия повлияет на создание конечных результатов.

Библиографический список

1. Стрижевский О. О., Меленчук И. А. Аудит персонала как основа оптимизации управления персоналом // Устойчивость экосистем в условиях цифровой нестабильности. – 2022. – С. 597-599.
2. Ильченко С. В. Аудит персонала как оценка соответствия кадрового потенциала стратегии развития организации // Турбулентность и высшее образование: вызовы, решения, преодоление кризиса. – 2022. – С. 197-202.
3. Жулина Е. Г. Аудит персонала как эффективный инструмент кадрового менеджмента // Цифровые эффекты развития российской экономики. – 2022. – С. 47-53.

УДК 005.96

Титкова М.В. Взаимосвязь карьерного продвижения и лидерской позиции

The relationship between career advancement and leadership position

Титкова Мария Викторовна

Старший преподаватель кафедры социальной работы и права
Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург
Titkova Maria Viktorovna
Senior Lecturer of the Department of social work and law
Saint Petersburg University of industrial technology and design,
Saint Petersburg

Аннотация. В статье рассматриваются современные представления о карьере и карьерном продвижении. Отмечается, что в новых социально-экономических условиях карьера человека высоко индивидуализирована и значительно более изменчива, чем в прошлом. В статье подчеркиваются основные составляющие карьерного продвижения. В качестве важного фактора карьерного роста индивида рассматриваются лидерские качества и компетенции. Представлены различные подходы к пониманию лидерства, а также обозначены ключевые навыки и качества лидера, оказывающие прямое влияние на карьерное продвижение современного человека.

Ключевые слова: карьера, карьерное продвижение, рост, развитие, лидерство, индивид, навыки, компетенции.

Abstract. The article examines modern ideas about careers and career advancement. It is noted that in the new socio-economic conditions, a person's career is highly individualized and much more variable than in the past. The article outlines the main components of career advancement. Leadership qualities and competencies are considered as an important factor in an individual's career growth. Various approaches to understanding leadership are presented, and key skills and qualities of a leader are identified that have a direct impact on the career advancement of a modern person.

Keywords: career, career advancement, growth, development, leadership, individual, skills, competencies.

Рецензент: Бабкина Анастасия Валентиновна - кандидат экономических наук, доцент.
Доцент кафедры прикладной информатики.
ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

С начала XXI века представления о карьерном продвижении индивида стали существенно меняться, осуществился переход от традиционных концепций карьеры к трансформационным. В условиях нового мира, характеризующегося динамичными социальными, экономическими, научно-технологическими изменениями, человек может не ограничиваться одной или двумя организациями на протяжении всей своей карьеры и совершенно не обязательно должен связывать карьеру со своей профессией.

По мнению зарубежных исследователей, новые модели карьеры включают множество вариантов и множество возможных направлений роста, что позволяет

человеку в условиях современного мира определять свою собственную карьеру или менять карьеру независимо от организационных барьеров [1].

В современном мире карьерный успех связывается не только и не столько с такими внешними показателями как повышение заработной платы и продвижение вверх внутри организационной иерархии [2]. Карьерный успех предполагает компетентностное расширение, личностное развитие, реализацию внутреннего потенциала и постоянное совершенствование лидерской позиции.

Карьера современного человека высоко индивидуализирована, самостоятельна и основана на личных ценностях, жизненных приоритетах, интересах, а также субъективных показателях успеха. Карьера в новых условиях – это процесс, которым движет и управляет человек, а не организация.

Важнейшие составляющие карьерного продвижения индивида включают в себя непрерывное обучение и постоянное саморазвитие в личностном, социальном, профессиональном и культурном планах; развитый навык эффективной самопрезентации и саморекламы; а также наращивание и расширение социальных связей и контактов.

В условиях быстроменяющегося мира карьерный успех человека определяется его конкурентоспособностью. В целях оптимальной и своевременной адаптации к карьерным изменениям, индивид должен обладать разносторонними навыками, многоцелевыми, гибкими и самостоятельными, чтобы соответствовать требованиям современного рынка труда [1]. В частности, сегодня одним из ключевых факторов карьерного продвижения индивида становятся его лидерские качества и компетенции, его способность занимать и удерживать лидерскую позицию как внутри организации, так и в контексте собственной жизненной стратегии.

Анализ зарубежной научной литературы показал, что лидера можно охарактеризовать как «...увлеченного ученика, способного к адаптации, обладающего дальновидностью и навыками в развитии динамики команды» [3].

Лидерство, как особый статус человека в группе, характеризуется отношением, в основе которого лежат доверие, авторитет, уважение, признание высокого уровня квалификации, готовность поддерживать во всех начинаниях, личные симпатии, стремление учиться и перенимать опыт [4].

Зарубежными исследователями лидерство характеризуется во взаимосвязи с такими идеями, как открытость новому, обладание гибкостью (как когнитивной, так и поведенческой), вовлеченностью в командную работу, стремлением к долгосрочным целям и глобальным изменениям [5].

Для лидера XXI века значимым фактором эффективности становится и развитость социальных навыков (навыки эффективного общения, успех в

межличностных отношениях, понимание и удовлетворение потребностей последователей), а также способность вести за собой в глобальном контексте [6]. Кроме того, в зарубежных научных работах подчеркивается, что способность к обучению является ключевым атрибутом лидерской компетентности [7].

К важнейшим качествам лидера, определяющим успех его лидерской позиции в группе и вектор взаимодействия с последователями, необходимо отнести и так называемые soft skills («мягкие навыки»).

Мягкие навыки лидера – это универсальные, кроссфункциональные и надпрофессиональные социально-психологические навыки, которые прямым образом влияют на успех лидерской позиции. К таким навыкам относятся развитый эмоциональный интеллект, умение работать в команде, владение разнообразными коммуникативными техниками, гибкость социального взаимодействия, эмпатичность, умение эффективно вести переговоры, способность быть наставником и ментором, нестандартное творческое мышление.

Развитые мягкие навыки лидера создают условия для эффективной интеграции лидера в коллектив, обеспечения доверительных отношений в группе, качественной и открытой коммуникации с членами команды, синергетического эффекта командной работы и успешного достижения индивидуальных и коллективных целей в рамках организационного взаимодействия.

Несомненно, что рассмотренные выше подходы к пониманию лидерства и обозначенные ключевые навыки и компетенции, позволяющие индивиду занять и удержать лидерскую позицию в группе, напрямую способствуют успешному карьерному продвижению индивида, являются основой карьерного роста современного человека.

Сам смысл карьерного продвижения предполагает проявление лидерской позиции со стороны индивида (умение брать ответственность за индивидуальный и совместный результат, проявлять инициативность и активность, быть открытым новому и постоянно обучаться, оказывать личностное влияние, уметь эффективно работать в команде, вести себя и людей к значимой цели и др.).

Важно подчеркнуть, что в ключе рассматриваемой проблемы лидерство важно понимать не только как искусство социального влияния, но и как жизненную стратегию конкретного индивида. Проявление лидерских качеств в контексте индивидуальной траектории личностно-профессионального развития позволяет человеку добиваться признания и авторитета, оказывать положительное воздействие на окружающих, повышать уверенность в себе и адаптивность, проявлять энергичность и высокий уровень самоуправления.

Итак, карьера современного человека является результатом его осознанного поведения; это жизненная позиция и качественный рост в личностно-профессиональной сфере, основанный на непрерывном самообучении, саморазвитии и самоуправлении. Развитые лидерские качества и компетенции, способность индивида занимать и удерживать лидерскую позицию являются важными факторами карьерного продвижения человека в современной бизнес-среде.

Библиографический список

1. Nishanthi, H.M. Modern Career Concepts: A Review // International Journal of Scientific and Research Publications. – 2016. – Vol. 6, № 3.
2. Paul, R., Falls, L.C. Comparison of Career Success Competencies and Engineering Leadership Capabilities // Proceedings of the Canadian Engineering Education Association (CEEAA). – 2015.
3. King, B. Bank 4.0. – Marshall Cavendish Business. – 2018.
4. Коротков, Э.М. Концепция российского менеджмента : Учеб. пособие по специальностям и менеджмент-образованию "Менеджмент орг.", "Маркетинг", "Упр. персоналом", "Гос. и муницип. упр.", "Упр. инновациями" и др. / Э.М. Коротков ; Учеб.-метод. об-ние вузов России по образованию в обл. менеджмента, Гос. ун-т упр. - [2. изд., доп. и перераб.]. - Москва : ДеКА, 2004. – 893 с.
5. Northouse, P.G. Leadership theory and practice (7th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE. – 2016. – 494 p.
6. Yalçinyigit, S., Aktas, H.A. Research on the Relationship of Social Intelligence and Cultural Intelligence with Leadership Styles // Istanbul Business Research. – 2022. – pp. 1-26.
7. Astuti, D.A., Wanasida, A.S., & Pramono, R. The effect of career progression, job performance, and learning development in determining a high potential leader // Academy of Strategic Management Journal. – 2022. – № 21(S2). – pp. 1-10.

УДК 33

Швецов А. Ю. Функционал и возможности отечественных корпоративных мессенджеров на примере Compass

Functionality and capabilities of domestic corporate instant messengers using the example of Compass

Швецов А. Ю.,

студент 2 курса Исторического факультета
АГУ им. Татищева, город Астрахань
Г. Астрахань, Россия
Научный руководитель.

Шакиров Игорь Анварович,

доцент кафедры педагогики и непрерывного профессионального образования, кандидат педагогических наук, учёное звание доцент
АГУ им. Татищева, город Астрахань
Shvetsov A. Yu.,
2nd year student of the Faculty of History
ASU named after Tatishcheva, Astrakhan
Astrakhan, Russia
Scientific adviser.
Shakirov Igor Anvarovich,
Associate Professor of the Department of Pedagogy and Continuing Professional Education,
Candidate of Pedagogical Sciences, academic title Associate Professor
ASU named after Tatishcheva, Astrakhan

Аннотация. В данной работе будет рассмотрен мессенджер Compass как инструмент рабочего общения. Анализ будет проводиться в сопоставлении с запросами пользователей и предложениями конкурентов. Также будут выявлены предпосылки актуализации рынка отечественных корпоративных мессенджеров. Исследование осветит методы защиты данных, ценовую политику, функционал и особенности интерфейса данной разработки.

Ключевые слова: корпоративные мессенджеры, менеджмент, деловое общение, внутренние коммуникации, цифровые технологии.

Abstract. This article will examine the Compass messenger as a work communication tool. It will be analyzed in comparison with user requests and competitors' offers. It will also identify the prerequisites for the actualization of the domestic corporate messenger market. The study will highlight the methods of data protection, pricing policy, functionality and interface features of this development.

Keywords: corporate messengers, management, business communication, internal communications, digital technologies.

Рецензент: Пучкова Ольга Сергеевна – кандидат экономических наук. Доцент кафедры прикладной информатики.
ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Введение.

Роль информационных технологий в организации рабочего процесса сильно возросла в период пандемии Covid-19 [1]. Руководителям пришлось в сжатые сроки находить решения для удаленного управления командой. Если CRM-системы активно использовались и до этого, то популярность видео-чатов и корпоративных мессенджеров сильно возросла.

С цифровизацией столкнулись почти все виды организаций. В ведении бизнеса грамотность выстроенной коммуникации имеет особую роль. Согласно исследованиям, компании с хорошо развитым корпоративным общением в 3,5 раза чаще обходят конкурентов и становятся лидерами на рынке [2]. Наиболее актуальным инструментом удаленного управления являются мессенджеры. Ходовыми решениями из мессенджеров общего назначения на момент 2018 года являлись Telegram, WhatsApp и Viber [3]. Сейчас компании все чаще отдают свои предпочтения корпоративным мессенджерам. Корпоративные мессенджеры – программы для общения, в которых интерфейс и функционал выстроены для удобных коммуникаций среди персонала. Еще одним важным отличием является ограниченность доступа. К чатам могут подключаться только конкретные лица, которых руководство допускает к общению, информации и файлам [4].

Особым обстоятельством для актуализации мессенджеров корпоративной направленности уже отечественного сегмента стал уход множества зарубежных брендов и компаний с территории РФ. Не стал исключением и наиболее распространенный мессенджер Slack. После этих событий пользовательская база отечественных мессенджеров сильно расширилась. Например, количество активных пользователей отечественного мессенджера eXpress в мае 2022 года возросло на 250% по сравнению с февралем [5]. На рынок этого типа ПО было обращено внимание, и к сегодняшнему дню одним из наиболее конкурентоспособных мессенджеров является Compass.

Основная часть.

Интерфейс.

Интерфейс Compass сведен к тому, чтобы не отображать лишних элементов. Главный экран с чатами и отдельное окно для добавления пользователей и настроек отображения. Полезной функцией является закрепление за пользователем бейджа, на котором пишется его должность. Так другим участникам чата будет легче понимать его роль в рабочем процессе. По нажатии на иконку пользователя появляется его карточка, в которой можно добавить его во все нужные чаты, присвоить бейдж или удалить из рабочего пространства.

Сортировка сообщений.

На экране пользовательских настроек есть кнопка “Непрочитанные”. При нажатии на нее на главном экране будут отображены только те чаты, в которых появились новые сообщения. Если же нет необходимости читать какой-либо чат из появившихся, смахиванием вправо его можно отметить как прочитанный.

Полезным стало сохранение функции Telegram с веткой сообщений. В чатах обсуждение объявления в сообщении происходит в графе комментариев. При организации рабочего процесса это помогает сохранять важные объявления на виду.

Сохранение функций Telegram.

Все функции Telegram, которые могут быть полезны, сохранены. Реакции позволяют проголосовать за решение администрации и проявить обратную связь. Аудио и видеозвонки доступны при разрешении администрацией. Также доступны интеграции чат-ботов для автоматизации процессов и сторонних программ для расширения функционала. Можно настроить подключение почты или CRM-системы для работы с задачами и клиентской базой.

Безопасность информации.

Compass обеспечивает безопасность информации за счет настроек доступа. Администратор может ограничить доступ к скачиванию отдельных видов файлов, например видео.

При удалении сотрудника из рабочего пространства ему закрывается доступ к чатам других сотрудников, а также ко всем прикрепленным файлам. Так компания избавится от их потенциального использования в неблагонадежном ключе.

Доступ к пространству работник получает по ссылке. При этом администратор сам решает, к каким чатам сотрудник будет иметь доступ.

Список доступных устройств.

Compass доступен на Android и IOS. Из ОС для компьютеров доступны Windows, MacOS и Linux [6].

Ценовая политика.

Разработчики понимают, что у разных пользователей разные нужды, ввиду чего имеется три тарифа с разным функционалом [6].

- Старт – полный список функций, максимальное число участников – 10.
- Обучение – предназначен для школ и ВУЗов, общение внутри небольшой команды.
- Бизнес – количество участников до 10 тыс., помощь персонала с подключением и настройкой.

Выводы.

Мессенджер Compass показывает нужный функционал, соответствующий нуждам своей целевой аудитории. Идет активное развитие проекта при том, что он куда менее популярен, чем тот же eXpress (1 тыс. установок на Android против 100 тыс. у eXpress). При учете активной работы над ошибками и связи с пользователями в будущем Compass наверняка займет свое место на рынке отечественных корпоративных мессенджеров.

Библиографический список

1. ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИФРОВИЗАЦИИ Митина Е. В., Субботина Т. Н., Журнал “Экономика и бизнес: теория и практика” 2022 год [Электронный ресурс] - <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-biznes-kommunikatsiy-v-organizatsii-pod-vliyaniem-tsifrovizatsii/viewer>
2. ВЛИЯНИЕ КОММУНИКАЦИЙ НА УСПЕХ В БИЗНЕСЕ Бабич В. В., Журнал Universum: экономика и юриспруденция 2018 год [Электронный ресурс] - <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-kommunikatsiy-na-uspeh-v-biznese>
3. Мессенджеры как цифровой бизнес-инструмент Стефанова Н. А., Шматок К. О. Журнал Карельский научный журнал 2018 год [Электронный источник] - <https://cyberleninka.ru/article/n/messendzhery-kak-tsifrovoy-biznes-instrument>
4. Корпоративные средства внутренних коммуникаций Машенко П. Л., Пилипенко М. О. Журнал Наука, техника и образование 2017 год [Электронный ресурс] - <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnye-sredstva-vnutrennih-kommunikatsiy>
5. АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНЫХ МЕССЕНДЖЕРОВ РОССИЙСКИХ РАЗРАБОТЧИКОВ Субботина Т. Н. Журнал Экономика и бизнес: теория и практика 2023 год [Электронный ресурс] - <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-korporativnyh-messendzherov-rossiyskih-razrabotchikov>
6. Официальный сайт Compass - Режим доступа: <https://getcompass.ru/>

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.145

Мзедави С.К.А., Мингалева Ж.А. Экономические препятствия и устойчивое развитие в Ираке

Economic obstacles and sustainable development in Iraq

Мзедави С.К.А.

Аспирант

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Пермь, Россия

Мингалева Ж.А.

Профессор, доктор экономических наук

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Пермь, Россия

Mzedavi S.K.A.

Graduate student

Perm National Research Polytechnic University
Perm, Russia

Mingaleva Zh.A.

Professor, Doctor of Economic Sciences

Perm National Research Polytechnic University
Perm, Russia

Аннотация. За последние два десятилетия интерес к достижению устойчивого развития в Ираке возрос в результате заметного ухудшения экономической ситуации, а также международных экономических изменений, которые заставили Ирак не полагаться на доходы от нефти как на основной источник национального дохода. Несомненно, что такие обстоятельства повлекли за собой серьезные последствия, препятствующие выработке в ней эффективных стратегий достижения устойчивого развития. Цель данной научной статьи состоит в том, чтобы изучить наиболее важные проблемы, стоящие перед реальностью устойчивого развития в Ираке, а также изложить предложения по устранению этих препятствий.

Ключевые слова: устойчивое развитие, информационные технологии, экономические реформы, образовательная база, либеральная экономика

Abstract. Over the past two decades, interest in achieving sustainable development in Iraq has increased as a result of a marked deterioration in the economic situation, as well as international economic changes that have forced Iraq not to rely on oil revenues as the main source of national income. Undoubtedly, such circumstances have created serious obstacles to the development of effective strategies for achieving sustainable development in it. The purpose of this scholarly article is to explore the most important challenges facing the reality of sustainable development in Iraq and to provide suggestions for removing these obstacles.

Keywords: sustainable development, information technology, economic reforms, educational base, liberal economy

Рецензент: Пучкова Ольга Сергеевна – кандидат экономических наук. Доцент кафедры прикладной информатики.

ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

1. Введение

Ирак – одна из древнейших цивилизаций в мире. Именно в Ираке возникли такие цивилизации, как аккадская, шумерская, ассирийская и вавилонская. Более того, в Ираке сформировались первые модели социальных, экономических и политических организаций. Также Ирак является первым государством, где появилась первая историческая модель государства. Основой данной модели служили устоявшиеся гражданские отношения, модель стабильного управления и официальные институты. Соответственно, мы можем перейти непосредственно к анализу экономической ситуации, а также реалиям устойчивого развития в Ираке. Стоит начать с ситуации относительно экономически активного населения страны.

2. Реалии занятости и безработицы экономически активного населения Ирака

С 2003 года население Ирака в целом значительно увеличилось. Так, в 2003 показатели были равны 26 миллионам. В 2008 году численность населения составила 30,5 миллионов человек. В 2014 году эта цифра достигла уже 35 миллионов. В 2023 году население Ирака составляет уже 44 890 455 человек. Прирост населения остается на уровне 3 %. На рисунке 1 можно увидеть приблизительный прогноз.

Возрастная группа / год	2005	2010	2015	2020	2030	2040	2050
0-9	31.0	27.7	27.4	27.0	24.8	23.3	21.9
10-14	12.2	11.9	11.5	11.2	11.2	10.4	10.0
15-24	20.1	20.5	20.1	19.2	19.1	18.7	17.8
25-29	7.9	8.3	8.2	8.5	7.9	8.2	8.0
30+	28.8	31.5	32.8	34.1	37.0	39.4	42.3
Сумма	100.0	99.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

рис. 1 Прогноз роста населения Ирака

Подобные показатели позволяют сделать вывод о росте экономически активного населения, что, несомненно, является плюсом.

Однако стоит перейти к статистике занятости и безработицы этой категории населения.

Проблема новых рабочих мест в Республике Ирак в настоящее время остается достаточно важным для экономически активного населения, а соответственно, и для экономического развития страны. Так, на рисунке 2 можно заметить, что в целом процент занятости остается стабильным, радикального спада за последние несколько не наблюдается. Согласно данным Центра статистики Ирака на декабрь 2022 года процент безработных граждан составил 15.55 %. Процент занятых – приблизительно 36 %.

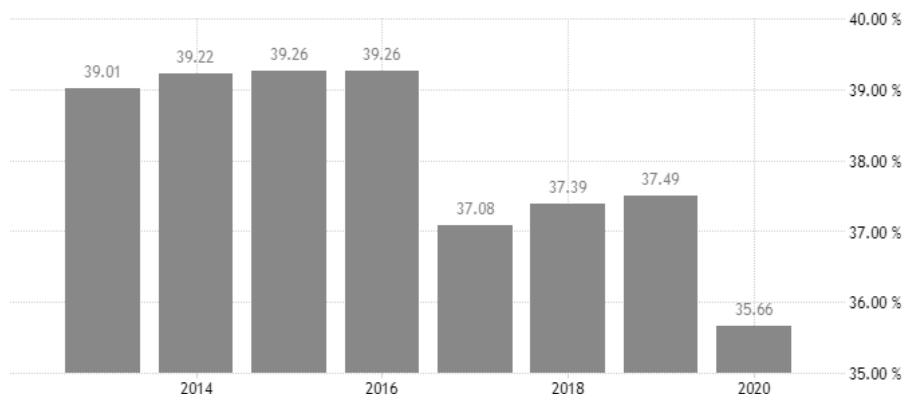


рис.2 Процент занятости экономически активного населения (2014-2020 гг.)

Если же посмотреть на более свежие данные, то на 2021 год процент занятости среди граждан в возрасте от 15 до 65 лет составил около 34 %. Стоит отметить, что процент работающих женщин равен 10.6%, в то время как процент работающего мужского населения равен 68 %. Среди категории молодежи от 15 до 24 лет процент занятости составляет 26.5 %, а среди категории от 25 и старше – 45.8 %. Далее стоит перейти к проценту безработицы. В 2021 году он составил 16.5 %. Из этих 16.5% повысился процент безработицы среди женщин (28.2%), а также выросли показатели безработицы среди молодежи до 24 лет (35.8%) по сравнению с категорией от 25 лет (11.2%).[6]

Итак, если судить по приведенной статистике, то можно сделать вывод, что рост населения, в особенности экономически активного, является однозначным плюсом, но тем не менее, статистика занятости довольно неоднозначна. Доля занятого населения равна всего лишь одной трети экономически активного населения. Тем самым данная категория представляет собой хороший потенциал, который может помочь государству инвестировать за счет хорошей рабочей силы. Правительство Ирака должно активизировать меры по вовлечению молодежи в работу, как мужчин, так и женщин, особенно в условиях «зеленой» экономики. Соответственно, проблема занятости является первым препятствием на пути к устойчивому развитию. Перейдем к другим аспектам. Следующее препятствие непосредственно имеет отношение к вышесказанному.

3. Образование

Ирак, столь сильно пострадавший от вооруженных конфликтов и террористических нападений, испытал в том числе последствия дестабилизации уровня образования. Число школ после 2003 года сократилось на 4000. Также 80 % высших учебных

заведений были разрушены с начала американской оккупации. Однако за 20 лет ситуация изменилась и продолжает меняться в данный момент.

Продолжается процесс реконструкции учебных заведений. Процент обучающихся также вырос. Тем не менее правительству Ирака стоит прилагать еще больше усилий для повышения уровня образования молодежи, в особенности в возрасте от 15 до 24 лет. В настоящее время около 80 % молодежи являются грамотными. Соответственно, стоит особенно сфокусироваться на среднем общем образовании. Подготовка в школе окажет положительный эффект на последующие шаги экономически активного населения. Отметим, что велик разрыв в показателях получения начального и среднего образования между бедными и богатыми регионами достаточно велик. Окончание средней общеобразовательной школы составляет 54 % для бедных, в то время как для более состоятельных этот показатель составляет 93 %. Также в этом плане существенной является разница между городским и сельским населением. Хотя начальное образование заканчивает больше мальчиков, для старшей школы, где образование завершают больше девочек, этот показатель обратный. Стоит также отметить, что все же процент поступающий в школы и ВУЗы растет. Если мы обратимся к статистике за 20 лет, то можно заметить, что в 2003 году процент поступивших студентов составлял 88 %. В 2006 году можно было снова наблюдать рост до 90 %. В настоящее время Ирак так же не сбавляет темпы. Однако процент от общей численности населения трудоспособного возраста, окончивших бакалавриат составил около 80 % по данным на 2021 год.

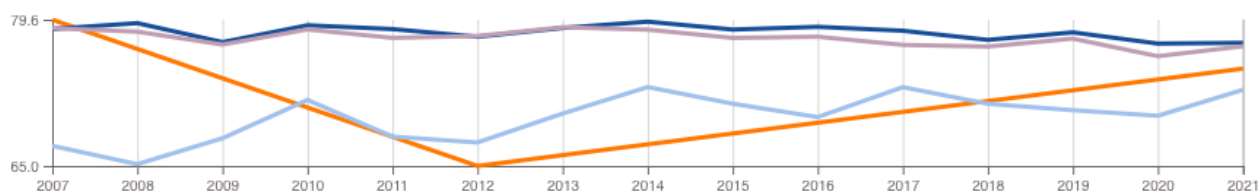


рис.3 Процент получивших высшее образование среди трудоспособного населения

4. Проблема уровня благосостояния населения

Стоит начать с уровня бедности граждан. До пандемии COVID-19 этот показатель составлял 22.5%. В настоящее время цифра колеблется между 23 и 25 %. Отсюда возникает логичный вопрос. Какие меры предпринимаются государством для снижения уровня бедности иракцев?

Искоренение нищеты требует объединения усилий правительственных и неправительственных учреждений в рамках контроля за достижениями намеченных результатов. Многие иракцы живут за чертой бедности, что делает их самой уязвимой категорией во время экономических кризисов. Однако уровень бедности сказывается и на здравоохранении, уровне жизни, образовании и как следствие, приводит к безработице.

Итак, перейдем к инструментам достижения цели искоренения бедности.

Во-первых, правительство приняло ряд мер по решению дефицита некоторых товаров. Также выделяются средства для сдерживания роста цен на продовольственные товары. Кроме того, был принят законопроект о продовольственной безопасности. Данный закон поможет обеспечить должное финансирование субсидирования бытовых товаров и реализации проектов, необходимых для повышения уровня жизни. Также оказывается поддержка Фонда социального развития и активизация его деятельности. Еще одной мерой является расширение малых и микропредприятий. Помимо этого, расширяются программы обучения, чтобы расширить возможности малоимущих граждан. Более того, развивается система социальной защиты и безопасности [8].

5. Коррупция

Исследуя препятствия, стоящие перед устойчивым развитием, нельзя не упомянуть коррупцию. Коррупция остается одной из главных проблем, с которыми сталкивается Ирак. По данным за 2022 год коррупция в государственном секторе достигла показателя 77 баллов (рис.4).

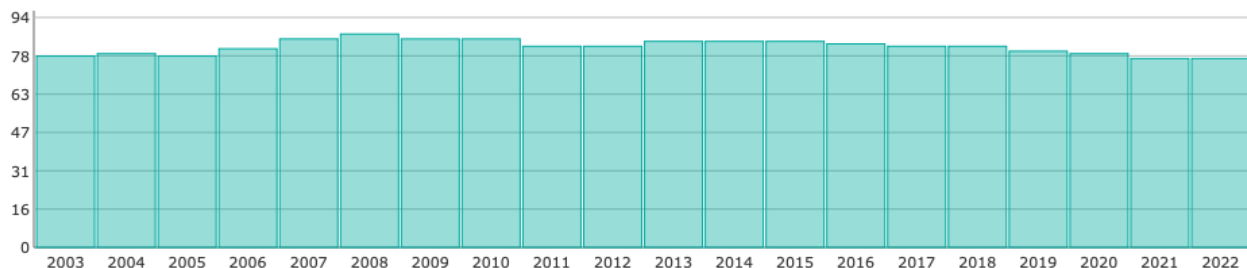


рис.4 Индекс восприятия коррупции в Ираке за 2003-2022 гг.

С данным результатом Ирак находится на 159 месте в мире. По сравнению с другими странами подобный результат, конечно же, значительно выше среднего. Так, например, США находятся на 24 месте с результатом 31 балл. Дания достигла показателя всего лишь в 10 баллов. Какие же меры необходимо принять в плане сохранения денежных средств для граждан Ирака? Борьба с коррупцией является и превентивной, и реактивной. Многие эксперты призывают к удвоению усилий по противодействию

коррупции. В качестве одной из необходимых мер можно назвать создание антикоррупционной сети членов гражданского общества и политиков. Но именно понимание коррупционных схем, так укоренившихся за последние годы, является основой оказания помощи Ираку в проведении одной из важнейших реформ государственного сектора. Примером может служить схема коррупции в сфере госзакупок и заключения контрактов. Еще один широко известный пример – кража государственных средств с последующей растратой. Реформистам стоит разработать настоящую широкомасштабную стратегию. Должна поддерживаться работа активистов, журналистов и организаций по обеспечению прозрачности, продвигая актуальную информацию в массы. Другие элементы стратегии должны включать законодательные меры, активное сотрудничество с международными организациями с требованиями обеспечения прозрачности и сокращения бумажной бюрократии. Результатом антикоррупционной деятельности станет создание максимально прозрачно функционирующих государственных учреждений.

6. Инфраструктура

Одной из важнейших составляющих устойчивого развития является инфраструктура. Более того, инфраструктура достаточно сильно влияет на экономический рост, например, на такие аспекты как инвестиции, долговечность частного капитала, а также спрос и предложение. В данный момент Республика Ирак испытывает некоторый дефицит касательно инфраструктуры. После вывода войск США стало понятно, что стране необходимо восстановить электросети, водоснабжение, дороги, порты, здравоохранение, образовательные и общественные учреждения. И стоит отметить, что правительство действительно уделяет достаточно много внимания инвестициям, вкладываемым в эту область. Очевидно, что устойчивая система инфраструктуры позволит осуществить экономическое и социальное развитие. Кроме инфраструктуры, еще одной экономически проблемной отраслью является сельское хозяйство.

7. Сельскохозяйственная отрасль

Стоит начать с небольшой статистики. Около 44 миллионов гектар земли (т.е. 27%) являются пригодными для возделывания. Из них 4.4. млн га относятся к высоко пригодным [5]. Сельское хозяйство является одним из важнейших факторов сокращения уровня бедности, так как большинство малоимущих граждан проживает в сельской местности. В последние годы растет риск сокращения сельскохозяйственного производства. На местный рынок поступают новые виды продуктов питания, в том числе органические и западные продукты. Годовой спрос на продовольствие в Ираке увеличивается с каждым годом, однако местная продукция пока что не может удовлетворить спрос местного рынка на 100 %.

В 2018 году экспорт товаров из Ирака составлял 95.3 млрд долларов США. Для сравнения в 2014 году показатель составлял 88.1 млрд. В 2017 году и вовсе 63.6 млрд. долларов. Последние несколько лет доля товаров, приобретаемых за рубежом, составляет значительный показатель. Например, 23.9 % товаров закупалось в Индии, 8.6% в США, 7.1 % в Италии.

Соответственно, правительству необходимо поощрять местное сельскохозяйственное производство и пищевую промышленность в целом.

Очень важным фактором является модернизация сельскохозяйственной техники. Данный элемент не менее важен для эффективности фермерских хозяйств, в частности при подготовке почвы и уборке урожая. В настоящее время значительная доля работ по посадке и сбору урожая уже механизирована. По большей части это обеспечивается за счет правительства. Там, где поддержка правительства недоступна, на помощь приходит частный сектор. Однако проблема заключается в неудовлетворенности поддержкой правительства. Так, на рис. 5 показано, насколько фермеров устраивают меры, предпринимаемые государством. Желтым цветом обозначена степень недовольства, зеленым цветом – относительное удовлетворение и голубым – полное удовлетворение. Как мы можем видеть, ни в области производства фиников, ни в сфере производства томатов, винограда и пшеницы практически нет тех, кого бы устраивала поддержка государства.

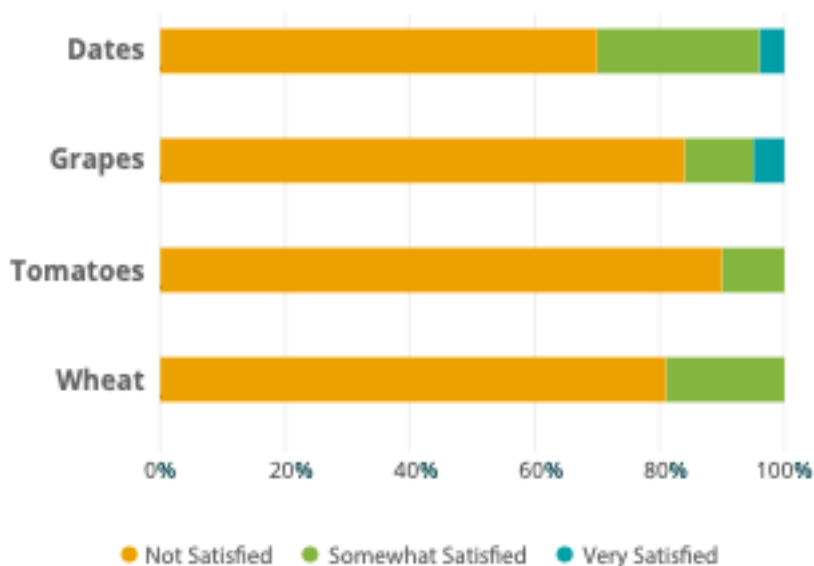


рис.5 Степень удовлетворенности политикой правительства в области с/х

Это значит, что необходимо применить технологии, которые будут соответствовать местным условиям, например, технологии для улучшения инфраструктуры водоснабжения. Также следует разработать план создания

благоприятных условий для сельскохозяйственного рынка и ценовой конъюнктуры, что даст производителям мощный стимул для увеличения роста сельскохозяйственной продукции. По мере восстановления сельскохозяйственного сектора Ирак должен продолжать внедрять устойчивые системы и методы работы.

Страна должна восстановить инфраструктуру сельского хозяйства так, чтобы это только повышало устойчивость иракской экономики. Соответственно, необходимо найти баланс между действиями правительства и рыночными производителями. Все заинтересованные стороны, а именно поставщики, фермеры, торговцы должны также активно участвовать в планировании, внедрении и мониторинге. Если все участники будут действовать в одном ключе, то вполне может быть достигнуто устойчивое развитие сельского хозяйства. Так, можно включить в стратегию внедрения инклюзивного развития следующие элементы.

- Министерствам планирования, сельского хозяйства, окружающей среды и водных ресурсов нужно создать многосекторальное партнерство с целью улучшения координации действий фермеров
- Важно создать координационную группу по с/х и водным ресурсам – т.е. комитет, где могут рассматриваться совместные действия по поддержке инвестиционных возможностей. Разумеется, комитет должен тесно сотрудничать с правительством Ирака.

Так как мы исследовали проблему сельского хозяйства и водных ресурсов, перейдем к следующему препятствию – нехватке воды.

8. Нехватка воды

Именно нехватка водных ресурсов является причиной риска упадка сельского хозяйства в Ираке. Данная проблема влияет не только на сельскохозяйственный сектор, но также и сокращает поставки электроэнергии, особенно на юг страны.

Экономика Ирака, как и экономика любого государства, сталкивается со множеством иных экономических препятствий на пути к устойчивому развитию. В качестве одного из наиболее заметных из них стоит упомянуть, например, препятствие рантье, характерное для иракской экономики, которое проистекает из приобретения нефтяным сектором наибольшей части состава валового внутреннего продукта по сравнению с другими секторами, что привело к углублению структурных диспропорций в иракской экономике. Этот факт очевиден и отражает реальность этой экономики даже для широкой общественности. Стоит заметить, что это также является одной из причин снижения производительности промышленного и сельскохозяйственного секторов [4].

Данное обстоятельство привело к крупному коллапсу в структуре экономики, а также к дезинтеграции и развалу ее инфраструктуры. В том же направлении

экономические препятствия углубили путь устойчивого развития в результате отсутствия четкой политики планирования для рациональных инвестиций в экономические ресурсы и нерационального использования человеческих технических компетенций. Рост уровня безработицы, слабость частного сектора и сокращение накопления капитала, неэффективность и результативность принятой макроэкономической политики, а также перекосы на рынке и неэффективность конкурентных возможностей на мировом рынке породили в совокупности неэффективность и неспособность иракской экономики к активизации. Очевидно, адаптация переменных этих экономических политик поможет достичь положительного влияния на экономический рост в целом и для удовлетворения требований развития в частности. [4]

Наиболее важным из вышеперечисленного является то, что проводимая экономическая и социальная политика по-прежнему ниже уровня экономических амбиций, что приводит к снижению уровня доходов и неравенству в их распределении, а также к увеличению прироста населения и ухудшению жилищных условий. Условия, снижение процента образования, неграмотность, плохое состояние здоровья и основных услуг, отсутствие защиты и систем социального страхования, ведущие к проблемам социальной дезинтеграции, - все это свидетельствует о продолжающемся провале вышеупомянутой политики.

Для достижения устойчивого развития в его комплексной концепции и подходе необходима политическая воля государства и стремление сообществ и отдельных лиц. Устойчивое развитие — это общественный процесс, в который должны вносить скоординированный вклад все сектора и сообщества. Тем не менее он не должен зависеть от нескольких категорий и одного ресурса. Без участия в экономической и политической жизни и основных свобод общество не может принять адекватную приверженность целям развития, его бремени и жертвам, необходимым на его пути, или представить, что оно может воспользоваться плодами и достижениями развития должным образом [7].

Из-за довольно непростого характера рамок работы иракской экономической системы государству необходимо заниматься ей серьезно и в соответствии с методами бесконечной точности и комплексного подхода. С этой точки зрения необходимо внести ряд изменений, чтобы приблизить экономику страны к устойчивому развитию. Итак, перейдем к необходимым мерам.

В свете тенденций, требующих правильного перехода иракской экономики от планового центрального правительства к либеральной экономике, это должно сопровождаться серьезными усилиями по ускорению выполнения показателей

устойчивого развития [1]. Подобная мера осуществляется путем принятия конкретной стратегии, соответствующей реалиям иракской экономики с целью повышения уровня жизни гражданина и общества в свете условий, в которых живет экономика государства, с большой заботой о серьезности данного предприятия.

Более того, требуются средства и наличие политической, социальной и экономической воли для достижения подобной цели. В дополнение к акценту на создании сети социального обеспечения и предоставлении экономических пособий в случае безработицы, нетрудоспособности и выхода на пенсию, чтобы обеспечить достаточный доход и заботу, улучшающую качество жизни в стране [3, 73-83]. Выплата пособий безработным (пусть и символическая) необходима и даже обязательна, так как эти пособия безработные неизбежно потратят на товары народного потребления. В таком случае возрастет спрос на продукцию первой необходимости, что приведет к увеличению поглощающих безработицу инвестиций. Для этих целей нормы безработицы должно быть открыто бюро по трудоустройству, присутствие которого в данном случае будет существенным облегчением для граждан Ирака.

Кроме того, стоит приложить все усилия, чтобы вывести иракскую экономику из затруднительного положения раньше и предпринять серьезные шаги в направлении диверсификации, чтобы обеспечить необходимые денежные ресурсы для финансирования потребностей развития, а этот процесс в целом требует больших усилий и занимает много времени.

Оказание финансовой, технической и технической поддержки частным предпринимателям необходимо для развития и личной инициативы [6].

В дополнение к этому должна быть разработана социально-экономическая стратегия для иракского общества, посредством которой развивается социально-экономическая среда и степень ее влияния на процесс развития сообщества.

Кроме усилий, прилагаемых государством, стоит упомянуть и вклад зарубежных партнеров. Так, правительство Ирака сотрудничает с ООН и другими иностранными партнерами общих стратегических рамок ООН под эгидой программы Иракского видения устойчивого развития до 2030 года и национальных программ преобразований. Данные меры необходимы для поддержания достижений целей устойчивого развития. Кроме того, это поможет решить проблемы и возможности развития в государстве. Разберемся, что конкретно входит в план программы Иракского видения. На рисунке 6 представлены главные аспекты.



рис.6 Основные аспекты программы Иракского видения развития

Как можно заметить, такая концепция предусматривает своего рода контракт между государством и гражданами. Подобная программа направлена на повышение доверия к правительству Ирака, а также предоставление возможностей для саморазвития, роста числа рабочих мест и получения приличного дохода. Тем самым государство стремится развивать и повышать уровень экономической деятельности, проложить дорогу реформам, которые обеспечат необходимые стратегии развития в условиях внешних и внутренних вызовов и национальных возможностей.

Отметим, что данное видение основано именно на аспектах устойчивого развития, отвечающим стремлению к расширению возможностей граждан Ирака, а также экономической системе с диверсифицированной социальной рыночной ориентацией и стабильными показателями в плане макроэкономики. Таким образом, цель программы заключается в том, чтобы добиться улучшения благосостояния иракцев, обеспечить устойчивость моделей производства и потребления. Более того, концепция предусматривает уважение политических и гражданских прав человека для достижения лучшего результата. Будет необходимым отметить тот факт, что с помощью данной концепции государство стремится достичь сбалансированного развития и ликвидации неравенства между мухафазами и регионами. Тем самым страна должна извлекать выгоду из конкурентных возможностей и особенностей иракской экономики. Этого можно достичь, сосредоточив внимание на высоком экономическом росте

совместно с сильным и деятельным частным сектором (местным и иностранным), который поддержат сферы сельского хозяйства, инфраструктуры и услуг. То есть в перспективе должны подчеркиваться следующие цели:

- Расширение источников роста с целью охвата других секторов, в том числе и сельское хозяйство
- Внедрение устойчивого управления природными ресурсами страны

Далее стоит перейти к основным принципам видения устойчивого развития экономики.

Первый принцип заключается в социальной интеграции, экономическом развитии и экологической устойчивости с должным управлением на правительственном и местных уровнях. Кроме того, должны быть расширены права и возможности инвестиций в человеческий и социальный капиталы.

Следующий принцип основан на справедливости распределения ресурсов и доходов от развития.

Третий принцип состоит в соответствии национальных усилий в сфере развития приоритетам местного развития.

Далее необходимо упомянуть принцип увеличения активов и создания большего количества достойных рабочих мест в рамках диверсифицированной экономики.

Также не стоит забывать о международном партнерстве, а также партнерстве между правительством и частным сектором, НПО и СМИ для извлечения большей выгоды и соответственно, достижения целей устойчивого развития.

И наконец, последний принцип предусматривает экологическую устойчивость, что поспособствует развитию «зеленой» экономики.

Несмотря на довольно серьезные внешние и внутренние проблемы, Иракская экономика не рухнет благодаря своим определенно сильным сторонам. К ним мы можем отнести следующие:

1. Стремление общества к реформам
2. Общациональное стремление к прогрессу
3. Институциональная приверженность развитию, несмотря на нехватку стабильности и безопасности
4. Изобилие производственных элементов и ресурсов, в частности человеческих. Именно в этом аспекте заложены высокие производственные возможности.
5. Инвестиционные возможности со сравнительными преимуществами в области отраслевого и географического развития

Таким образом, приоритеты концепции развития Ирака до 2030 года направлены на то, чтобы:

1. Выявить социальные группы, затронутые последствиями преобразований экономической реформы, и реализовать программу социальной защиты.
2. Сосредоточиться на необходимости уделять приоритетное внимание регионам с наиболее низким доходом и соответственно, инициировать программы развития для жителей таких регионов.
3. Разработать стратегию развития сельских территорий, привлечь к этому как можно больше женщин.
4. Кроме того, необходимо бороться с административной и финансовой коррупцией.
4. Разрабатывать социально и экономически устойчивые планы развития и постоянно пересматривать их с целью улучшения в свете изменений, происходящих в мировой и региональной экономике
5. Инвестировать в человеческий капитал.
6. Обеспечить реализацию национальных приоритетов посредством надлежащего управления. Тем самым будет гарантировано доверие граждан и международного сообщества.
7. Предоставлять государственные услуги максимально прозрачным образом, в том числе и управление природными ресурсами и их устойчивое, эффективное развитие
8. Активизировать частный сектор и создавать большее количество рабочих мест
9. Предоставить возможности трудоустройства и обеспечение справедливой государственной политики для наиболее уязвимых категорий граждан (малоимущие, женщины, пожилые люди, люди с ограниченными возможностями). Развитие должно оказывать динамичное и позитивное воздействие на рост экономики в долгосрочной перспективе
10. Рационализировать и сократить истощение экологических ресурсов в целях обеспечения права граждан на чистую окружающую среду. Это становится особенно актуальным в условиях развития «зеленой» экономики.

Основываясь на вышеперечисленном, можно сделать следующий вывод. Для достижения целей программы видения развития Ирака до 2030 года требуются постоянные усилия по повышению эффективности потенциала на всех уровнях правительства, а также в ходе осуществления государственной политики. Это является необходимым для создания основ работающей демократии и экономики, возглавляемой частным сектором.

Библиографический список

1. Al-Roubaie, A. (2013). Building knowledge capacity for sustainable development in the Arab world.
2. Agricultural value chain study in Iraq – Dates, grapes, tomatoes and wheat. Bagdad, 2021. <https://doi.org/10.4060/cb2132en>
3. Annan-Diab, F., & Molinari, C. (2017). Interdisciplinarity: Practical approach to advancing education for sustainability and for the Sustainable Development Goals. The International Journal of Management Education, 15(2), 73-83.
4. Assaf, N. and Shehab, M. (2018). The reality of sustainable development and the requirements for achieving it in Iraq. Kirkuk University Journal of Administrative and Economic Sciences, 2018.
5. Bolisetty, S., Peydayesh, M., & Mezzenga, R. (2019). Sustainable technologies for water purification from heavy metals: review and analysis. *Chemical Society Reviews*, 48(2), 463-487.
6. Iraqi Labour Force Survey 2021
7. Iqbal, I., & Pierson, C. (2017). A North-South Struggle: Political and Economic Obstacles to Sustainable Development. *Sustainable Development Law & Policy*, 16(2), 4.
8. Mobarak, A. (2019). Sustainable Development in the Arab World: Possibilities and Aspirations of Peoples (Doctoral dissertation, Menoufia University).

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 330.341

Файзуллина Т.Е. Оценка маркетингового потенциала муниципального образования город Нижний Тагил

Marketing strategies of municipalities: goals and objectives of development Assessment of the marketing potential of the Nizhny Tagil municipality

Файзуллина Татьяна Евгеньевна

Квон Гульнара Магсумовна

ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет», г. Екатеринбург
Fayzullina Tatiana Evgenievna
Kvon Gulnara Magsumovna
Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Аннотация. В данной статье раскрываются вопросы оценки маркетингового потенциала муниципального образования на примере города Нижний Тагил. Оценка предусматривает последовательное проведение ряда процедур, которые включают составление SWOT-матрицы долгосрочного развития муниципального образования, обоснование и оценку количественных и качественных показателей его маркетингового потенциала, составление лепестковой диаграммы.

Ключевые слова: муниципальное образование, маркетинговая стратегия, маркетинговый потенциал, матрица SWOT.

Abstract. This article reveals the issues of assessing the marketing potential of a municipality using the example of the city of Nizhny Tagil. The assessment involves the sequential implementation of a number of procedures, which include drawing up a SWOT matrix for the long-term development of a municipality, justification and assessment of quantitative and qualitative indicators of its marketing potential, and drawing up a radar chart.

Keywords: municipality, marketing strategy, marketing potential, SWOT matrix.

Рецензент: Пучкова Ольга Сергеевна – кандидат экономических наук. Доцент кафедры прикладной информатики.
ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Оценка маркетингового потенциала муниципального образования является вопросом сложным и рассматривается в научном дискурсе на основании различных подходов:

–природно-ресурсного: основан на географическом расположении территории и учитывающего экономический аспект [1];

–рыночного: основан на аналитических мероприятиях, направленных на изучение привлекательности предпринимательства и экономической деятельности муниципального образования [5];

–социально-экономического: развивает предыдущие два подхода и направлен на выявление стратегического развития муниципального образования, в соответствии с совокупными социальными, экономическими и экологическими показателями развития [2,3].

Реализация данных подходов на практике требует выявления маркетинговых факторов, влияющих на формирование значимости муниципального образования, его ценности для потребителя. Как правило, в теории предлагается выявление конкурентных преимуществ муниципального образования по различным факторам, при этом по каждому фактору составляется свой набор показателей, позволяющий в результате получить какую-либо интегральную оценку, выраженную в баллах, индексах и т.п. Предварительным этапом является проведение SWOT-анализа, который позволяет выявить конкурентные преимущества муниципального образования (его сильные стороны), благоприятные условия внешней среды, а также внутренние сдерживающие факторы (слабые стороны) и внешние угрозы.

Оценка маркетингового потенциала необходима в дальнейшем для разработки маркетинговой стратегии территории с учетом его конкурентных преимуществ. Главной целью стратегии является повышение инвестиционной активности и формирование благоприятного имиджа территории муниципального образования. К основным задачам, решение которых требуется для достижения главных целей относятся социальное и экономическое развитие муниципального образования, экономическое развитие муниципального образования и развитие муниципальной инфраструктуры.

В данной работе нами предлагается проведение оценки маркетингового потенциала муниципального образования – город Нижний Тагил.

Город Нижний Тагил представляет собой муниципальную единицу как с юридической точки зрения, так и в соответствии с основными муниципальными признаками: является частью твердой поверхности Земли с наличием границ различных экономических, культурных, социальных и природных ресурсов, географическим положением и протяженностью, входит в состав Свердловской области, выделен административно-территориальным делением.

В соответствии со стратегическими целями и на основании Стратегии социально-экономического развития города Нижний Тагил выделим конкурентные преимущества, недостатки, а также возможности и угрозы долгосрочного развития муниципального образования, то есть проведем оценку маркетинговой среды города Нижний Тагил (таблица 1).

Таблица 1

SWOT-матрица долгосрочного развития города Нижний Тагил [4]

Конкурентные преимущества (сильные стороны)	Внутренние сдерживающие факторы (слабые стороны)
Географическое положение Мощный промышленный комплекс Инвестиционная привлекательность Наличие природных ресурсов Активный потребительский рынок Развитая сеть финансовых институтов Научно-инновационный потенциал Успешная практика реализации политики по достижению социального благополучия и благоустройству города	Моноэкономическая структура экономики Природно-климатические условия Высокая степень физического и морального износа основных фондов Низкий уровень доходов населения Естественная убыль населения Неблагоприятная экологическая ситуация Напряженная ситуация в сфере правопорядка Напряженная ситуация на рынке труда

Конкурентные преимущества (сильные стороны)	Внутренние сдерживающие факторы (слабые стороны)
Туристско-рекреационный потенциал Наличие активного диалога власти и предпринимателей	Недостаточный уровень и темпы развития транспортной, социальной, инженерной и коммунальной инфраструктуры
Возможности внешней среды	Угрозы со стороны внешней среды
Рост инновационного сектора в РФ и Свердловской области; Рост инвестиционной привлекательности Свердловской области; Межрегиональная кооперация и конкуренция; Привлечение рабочей силы из близлежащих муниципальных образований; Обеспечение развития российских моногородов при участии «Фонда развития моногородов»; Реализация национальных проектов в области развития здравоохранения, образования, жилищного строительства; Развитие агломерации Свердловской области; Развитие кооперации с другими малыми и средними предприятиями; Наличие условий для возникновения новых и развития имеющихся публичных пространств за счет создания пешеходно-туристской инфраструктуры	Возможные отрицательные последствия решений, принимаемых на федеральном и региональном уровнях; Отток населения в более крупные города; Обострение конкуренции между городскими округами; Макроэкономическая нестабильность; Низко-диверсифицированная структура экономики; Экономическая зависимость от спектра интересов крупных инвесторов; Снижение налогового потенциала и увеличение зависимости от бюджетов других уровней.

Далее необходимо провести оценку количественных и качественных показателей маркетингового потенциала муниципального образования город Нижний Тагил при помощи пятибалльной системы, где 1 – наименьший показатель (несоответствие показателей требуемому уровню), 5 – наибольший показатель (полное соответствие требуемому уровню) (таблица 2). Оценка осуществлялась в соответствии с данными, представленными в отчетах Главы муниципального образования, статистическими данными Управления Федеральной службы государственной статистики по

Свердловской области и Курганской области, публикациями органов местного самоуправления города Нижний Тагил на официальном сайте и в социальных сетях, а также в соответствии с материалами периодической печати, подготавливаемыми и размещаемыми средствами массовой информации. При этом основное внимание уделялось сравнению показателей с показателями других муниципальных образований Свердловской области [6].

Таблица 2

Оценка количественных и качественных показателей
маркетингового потенциала муниципального образования город Нижний Тагил, балл

Показатель	2020	2021	2022
Муниципальный продукт			
Стоимость товаров и услуг	2,5	2,6	2,4
Качество товаров и услуг	3,6	3,7	3,5
Ассортимент товаров и услуг	4,0	4,1	4,0
Конкурентоспособность муниципального продукта	3,6	3,7	3,5
Инвестиции, привлеченные в муниципальное образование			
Инвестиционный климат	3,6	3,6	3,5
Число инвесторов	3,4	3,5	3,3
Уровень инвестиционной привлекательности	3,9	3,9	3,7
Уровень притока инвестиций	3,6	3,2	3,0
Местоположение муниципального образования			
Удачность	4,3	4,4	4,4
Уровень деловой активности	4,2	4,3	4,2
Развитость логистики	4,3	4,3	4,3
Развитость инфраструктуры	4,3	4,3	4,2
Продвижение муниципального образования			
Привлекательность муниципального образования	3,6	3,6	3,5
Сила рекламной кампании	3,5	3,5	3,4
Известность муниципального образования для жителей других городов и регионов	4,2	4,2	4,2
Уровень лояльности в отношении упоминания муниципального образования	3,7	3,7	3,8
Люди муниципального образования			
Уровень социального развития	3,8	3,8	3,6
Стоимость проживания в муниципальном образовании	2,9	2,8	2,7
Уровень доходов и социальных льгот	3,1	3,0	3,0
Уровень безработицы	3,4	3,5	3,4
Бренд муниципального образования			
Известность	3,7	3,7	3,7
Сила	3,3	3,2	3,2
Конкурентоспособность	3,8	3,8	3,7
Имидж	4,1	4,0	4,0

Далее по каждой группе показателей рассчитаем среднее значение за все годы и представим их в таблице 3.

Таблица 3

Средние значения показателей маркетингового потенциала
муниципального образования город Нижний Тагил, балл

Показатель	2020	2021	2022
Муниципальный продукт	3,43	3,53	3,35
Инвестиции, привлеченные в муниципальное образование	3,63	3,55	3,38
Местоположение муниципального образования	4,28	4,33	4,28
Продвижение муниципального образования	3,75	3,75	3,73
Люди муниципального образования	3,30	3,28	3,18
Бренд муниципального образования	3,73	3,68	3,65
Уровень маркетингового потенциала	3,68	3,68	3,59

На основании данных, представленных в таблице 8, построим лепестковую диаграмму (рисунок 1).

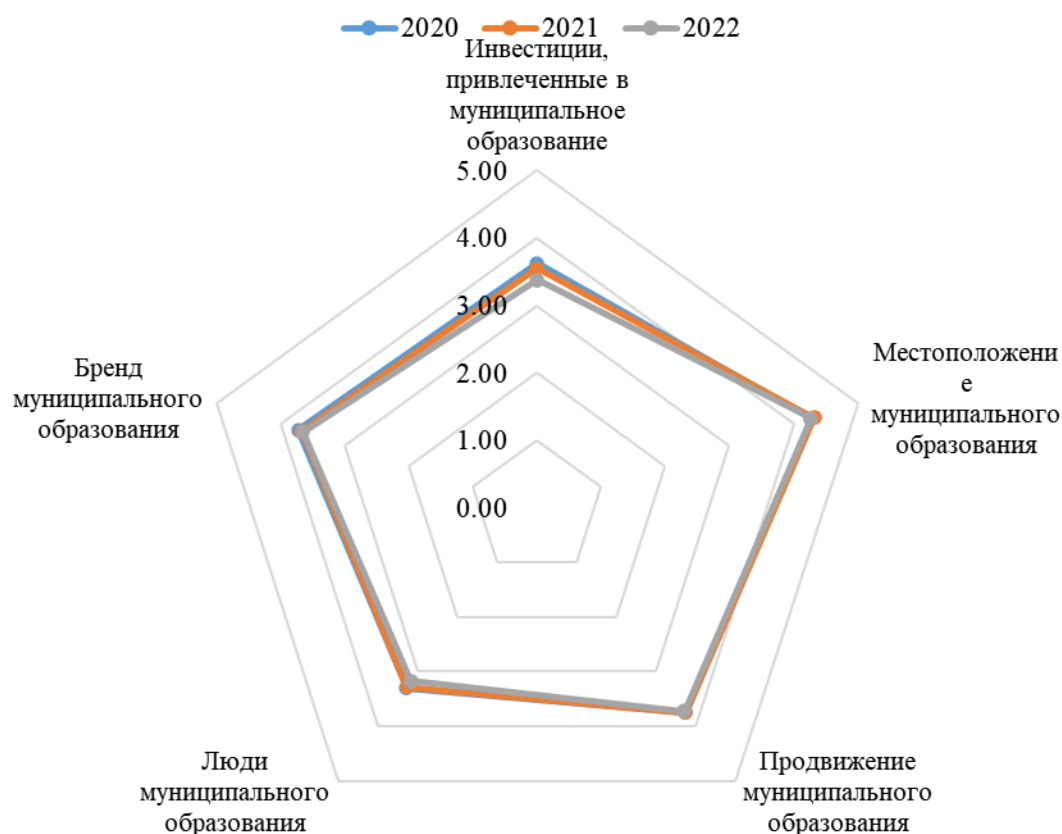


Рисунок 1. Лепестковая диаграмма маркетингового потенциала
муниципального образования город Нижний Тагил, балл

Необходимо отметить, что уровень маркетингового потенциала муниципального образования город Нижний Тагил в 2021 году остался без изменения по сравнению с 2020 годом, однако в 2022 году наблюдается снижение показателя, основной причиной чего становится, в первую очередь, значимое уменьшение объема инвестиций в основной капитал. При этом следует обратить внимание на достаточно невысокие значения таких показателей, как «люди муниципального образования» и «инвестиции, привлеченные в муниципальное образование». Вместе с тем, на протяжении всего анализируемого периода достаточно высоким остается значение показателя «местоположение муниципального образования».

Необходимо отметить, что маркетинговая стратегия, реализуемая в настоящее время муниципальным образованием город Нижний Тагил, может быть определена как стратегия обороны, так как усилия муниципального образования направлены на удержание собственных конкурентоспособных позиций, для чего перераспределяются собственные усилия для возможности повысить в дальнейшей перспективе маркетинговый потенциал города Нижний Тагил. Реализация маркетинговой стратегии обороны оправдана в том случае, если для муниципального образования характерно наличие в равной степени преимущественных и недостаточных показателей, воздействие барьеров имеет среднюю силу, также, как и средней степенью отличается вероятность их возникновения (либо низкая сила воздействия барьеров и высокая степень вероятности их возникновения).

Таким образом, проведенная оценка маркетингового потенциала муниципального образования город Нижний Тагил на основе анализа маркетинговой среды и основных количественных и качественных показателей муниципального маркетинга позволил нам прийти к выводу, что маркетинговый потенциал города снижается в течение 2020–2022 года, важной причиной чего стало значимое уменьшение объема инвестиций в основной капитал. Предложенная нами оценка маркетингового потенциала муниципального образования позволяет в последующем разработать мероприятия по управлению маркетинговым потенциалом, а также повышению эффективности разработки и реализации маркетинговой стратегии муниципального образования город Нижний Тагил. При этом под управлением маркетинговым потенциалом муниципального образования нами подразумевается его совершенствование, которое, в свою очередь, требует выделения перспективных направлений использования маркетинговой стратегии в регулировании социально-экономического развития муниципального образования.

Библиографический список

1. Зинкин А.В. Понятие природно-ресурсного потенциала / А.В. Зинкин // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всероссийской научно-методической конференции. – Оренбург, 2017. – С. 1184-1187.
2. Лоза Н.Н. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития города Донецка : дисс. ... кандид. эконом. наук / Н.Н. Лоза. – Донецк, 2022. – 218 с.
3. Мнацаканян А. Г. Оценка влияния инфраструктуры на социально-экономическое развитие регионов России / А.Г. Мнацаканян, С. Саргсян // Экономический анализ: теория и практика. – 2021. – Т. 20. – № 5(512). – С. 792-809.
4. Нижний Тагил – город трудовой доблести .Электронный ресурс. // Официальный сайт города. – Режим доступа: <https://ntagil.org/>.
5. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / Майкл Портер. – М.: Альпина Пабlishер, 2020. – 948 с.
6. Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области Электронный ресурс // Официальный сайт. – Режим доступа: <https://66.rosstat.gov.ru/>.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 33

Асяева Э.А., Васильева А.С. Международный опыт внедрения «зеленых» финансовых инструментов на финансовом рынке

International experience in the introduction of "green" financial instruments in the financial market

Асяева Э.А.

К.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Васильева А.С.

Студент

ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Asyaeva E.A.

Candidate of Economics, Associate Professor

FGBOU VO "Plekhanov Russian University of Economics"

Vasilyeva A.S.

Student

FGBOU VO "Plekhanov Russian University of Economics"

Аннотация. Экологические проблемы усугубляются с каждым годом. Фактором активного развития «зеленого» финансирования служит стремительное изменение климата, загрязнение окружающей среды и истощение мировых природных ресурсов. «Зеленое» финансирование предполагает предоставление финансовых средств для реализации проектов, нацеленных на повышение эффективности использования природных ресурсов и снижение негативного воздействия на окружающую среду. Баланс между использованием финансовых, экономических и экологических ресурсов является важнейшей целью для правительств многих государств. Инновационные финансовые инструменты «зеленой» экономики кардинально не отличаются в техническом плане, но если рассматривать качественную сторону финансовых инструментов, то можно говорить о наличии отличительных особенностей, связанных с реализацией ответственного инвестирования. Российский рынок «зеленого» финансирования начал формироваться в 2018 году. За пять лет развития сектора «зеленого» финансирования можно говорить о количественном и качественном прорыве на финансовом рынке России. В этой связи, можно отметить необходимость разработки механизма государственной поддержки деятельности некоммерческих организаций в области «зеленого» финансирования, участия некоммерческих организаций в реализации экологических проектов в России.

Ключевые слова: «зеленое» финансирование, окружающая среда, изменение климата, «зеленые» облигации, финансовые инструменты, устойчивое развитие, экологические факторы.

Abstract. Environmental problems are getting worse every year. Rapid climate change, environmental pollution and the depletion of the world's natural resources are factors in the active development of "green" financing. "Green" financing involves the provision of financial resources for the implementation of projects aimed at improving the efficiency of the use of natural resources and reducing the negative impact on the environment. The balance between the use of financial, economic and environmental resources is the most important goal for the Governments of many States. Innovative financial instruments of the "green" economy are not fundamentally different in technical terms, but if we consider the qualitative side of financial instruments, we can talk about the presence of distinctive features associated with the implementation of responsible investment. The Russian market of "green" financing began to form in 2018. Over the five years of development of the "green" financing sector, we can talk about a quantitative and qualitative breakthrough in the Russian financial market. In this regard, it can be noted the need to develop a mechanism for state support of the activities of non-profit organizations

in the field of "green" financing, participation of non-profit organizations in the implementation of environmental projects in Russia.

Keywords: «green» financing, environment, climate change, «green» bonds, financial instruments, sustainable development, environmental factors.

Рецензент: Пучкова Ольга Сергеевна – кандидат экономических наук. Доцент кафедры прикладной информатики.
ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Изменение климатических условий и деградация окружающей среды являются фактором снижения благополучию общества и торможения глобального экономического развития. Межправительственная группа экспертов ООН по изменению климата (МГЭИК) в последнее время все чаще выступает с предупреждением о возможных негативных последствиях глобального потепления и изменения климата, которое наблюдается в последнее время. В докладе говорится, что глобальное потепление сталкивается с множеством факторов, таких как опустынивание земель из-за нехватки воды, ухудшение качества почв из-за таяния вечной мерзлоты и периодических лесных пожаров, а также угроза голода из-за непредсказуемости урожаев. Изменение этих явлений оказывает негативное влияние на все стороны жизни, включая земельную ренту, здоровье человека и состояние окружающей среды. Изменение одного из этих процессов может иметь катастрофические последствия для отдельных видов растений или животных. В связи с этим ряд стран заявили о необходимости принятия корректирующих мер для построения более устойчивой экономики, основанной на приверженности Парижскому соглашению по климату, что может привести к формированию политики, направленной на увеличение «зеленых» инвестиций. Европейское агентство по окружающей среде (EEA) рекомендует «увеличить инвестиции и реструктурировать финансовый сектор для поддержки экологических проектов и предприятий». Очевидно, что для реализации этих мер, поддержки инновационного развития, обеспечения устойчивых государственных закупок, поддержки отраслей и регионов, пострадавших от стихийных бедствий, необходимы федеральные средства. Необходимо также переориентировать финансовый сектор на привлечение частного капитала в устойчивые инвестиции.

По оценкам Европейской ассоциации социальных наук (ESA), достижение целей Парижского соглашения в срок до 2030 года требует объем ежегодных инвестиций в пределах 6,35 трлн. евро. В том числе, требуемый объем инвестиций в климатические проекты оценивается в пределах 240 млрд. евро в год. Необходимо отметить, что

существенная доля необходимых инвестиций должна быть от частного сектора.³ Финансовая система может сыграть важную роль в достижении этих целей, предоставляя климатическое, «зеленое» и устойчивое финансирование. Отметим, что климатическое финансирование направлено на адаптацию окружающей среды к изменению климата и снижение его негативных последствий. Зеленое финансирование охватывает целый ряд целей, включая защиту редких видов флоры и фауны (см. рис. 1). Устойчивое финансирование, с другой стороны, учитывает экологические, социальные и управленческие аспекты (ESG). Поэтому «зеленое» финансирование можно рассматривать как часть более широкой концепции устойчивого финансирования, которая включает в себя развитие «зеленого» финансирования.



Рисунок 1. Отрасли, которых используются средства, привлеченные за счет зеленых облигаций⁴

«Зеленая трансформация» финансовой системы подразумевает внедрение новых и инновационных инструментов, правил и процедур, необходимых при реализации инвестиций в климатические и экологические проекты и при управлении финансовыми рисками отмеченных инвестиционных проектов. Финансовая система должна рассматривать климатический риск как финансовый риск, а не только как имиджевый.

³ Парижское соглашение: принято 12 дек. 2015 г. 21-й сессией конференции сторон Рамочной конвенции ООН об изменении климата (Париж, 30 ноября – 13 декабря, 2015). URL: https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf

⁴ Дворецкая А.Е. Зеленое финансирование как современный тренд глобальной экономики / А.Е. Дворецкая // Вестник Академии. — 2017. — № 2. — С. 60-65.

В настоящее время растет понимание того, что эти риски могут иметь реальные последствия, если их не устранить.⁵

29 сентября 2015 года глава Банка Англии Марк Карни в своей речи остерегал мировую финансовую систему от трёх финансово-климатических рисков:

1) Физические риски. Данный вид рисков коррелирует с физическими последствиями изменения климата. Физические риски подразделяются на острые и хронические. Острые возникают из-за серьезных разовых катаклизмов, в ряду которых: ураганы, наводнения, извержения вулканов и т.д. К хроническим следует относить риски, спровоцированные изменением климата на протяжении долгого времени. Среди них выделяют: засуха, нехватка воды и пропитания и т.д. Физические риски негативно сказываются на состоянии и деятельности домашних хозяйств. К примеру, может быть нанесен ущерб активам и наблюдаться не прямые последствия дестабилизации цепочек снабжения.

2) Риски переходного периода. Данный вид рисков связан с переходом к более устойчивой экономике и может повлиять на стоимость различных активов на финансовых рынках. Риски переходного периода связаны с нормативно-правовыми и технологическими изменениями. Например, экологизация потребления может привести к росту цен на сырье. Среднесрочные риски могут иметь финансовые последствия для организаций, например, нехватка активов и высокие операционные расходы.

3) Риски ответственности. Эти риски тесно переплетены с угрозами вышеперечисленных рисков. Складывается ситуация, когда физические и юридические лица путем судебных исков пытаются компенсировать свои убытки. Тем самым они также выражают недовольство инновационными стандартами снижения уровня последствий изменения климата. Риск того, что мировой финансовый сектор станет полем для судебных тяжб становится слишком велик.

Таким образом, «зеленая» трансформация финансовой системы является необходимым инструментом для достижения устойчивого развития и снижения финансовых рисков, связанных с изменением климата и экологическими проблемами. Это потребует внедрения новых инструментов и нормативных актов, а также изменения методологий оценки и управления рисками.

Развитие финансирования в области экологической устойчивости и климата ускорилось за последние годы. Этот рост происходит за счет разнообразных финансовых инструментов (см. табл. 1). Финансовые рынки предлагают разнообразные инструменты, такие как «зеленые» облигации, «зеленые» займы, облигации для

⁵ Евдокимова Ю.В. Специфика становления «зеленых» финансов в России и зарубежных странах / Ю.В. Евдокимова // Вестник Екатеринбургского института. — 2019. — № 3 (47). — С. 16-20.

обеспечения устойчивого развития, «голубые» облигации и социальные облигации. Социальные облигации, хотя и не имеют прямого отношения к «зеленому» финансированию, оказывают косвенное воздействие на окружающую среду и могут поддерживать проекты «зеленых» преобразований.

«Зеленые» облигации – это целый ряд различных типов облигаций, используемых для финансирования экологических и климатических проектов, направленных на развитие возобновляемой энергетики, предотвращение и снижение загрязнения окружающей среды, содействие биоразнообразию, развитие экологически чистый транспорт и т.п. С момента выпуска климатически безопасных облигаций Европейским инвестиционным банком (ЕИБ) в 2007 году и первых «зеленых» облигаций Всемирного банка в 2008 году рынок «зеленых» облигаций стремительно растет и к 2022 году достигнет ошеломляющего объема в 282,3 млрд. евро. К 2022 году объем «зеленых» облигаций достигнет огромной суммы в 2 млрд. долл. (см. рис. 2). К началу декабря 2020 г. общая стоимость глобальных «зеленых» облигаций, выпущенных с 2007 г., превысит 1 трлн. долл. В 2020 г. объем «зеленых» облигаций, выпущенных 53 странами мира, достигнет рекордного уровня – почти 270 млрд. долл.

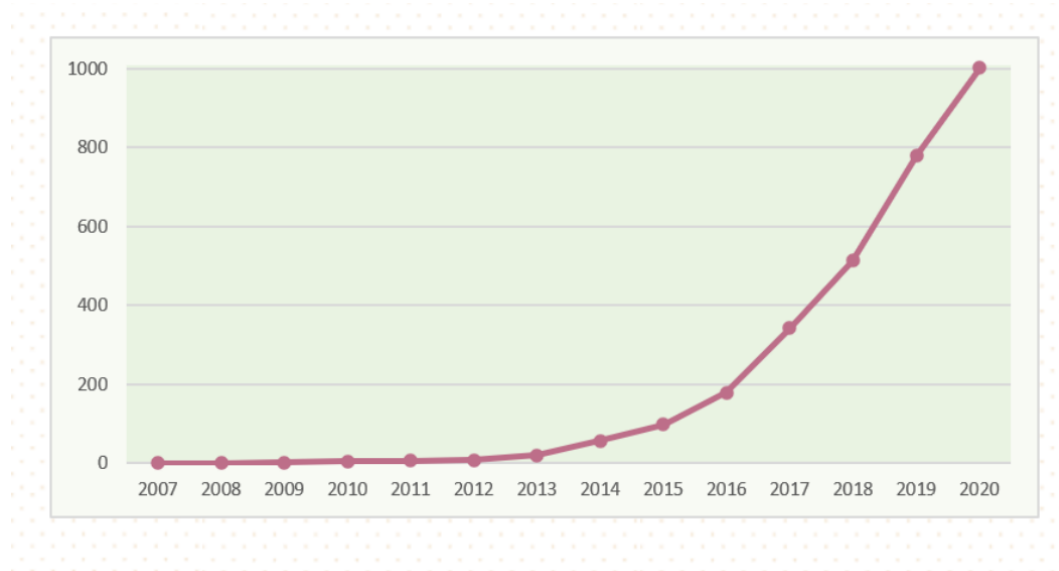


Рисунок 2. Объем выпуска зеленых облигаций в млрд долларов⁶

Облигации устойчивого развития – это различные виды облигаций, финансирующие «зеленые» и социальные проекты. Они могут поддерживать экологически и социально значимые проекты. Поступления от таких облигаций обычно

⁶ Зоимонова Э.М. Стратегия перехода к «зеленой» экономике: опыт и методы измерения. Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2021.

используются для реализации проектов, соответствующих Целям устойчивого развития ООН (ЦУР). Существуют различные типы БОР: корпоративные БОР, облигации, выпускаемые банками и финансовыми институтами, облигации, обеспеченные активами и проектами, а также национальные и муниципальные ЦУР.

Облигации SDB представляют собой разновидность облигаций, характеристики которых могут меняться в зависимости от достижения намеченных ЦУР. Этот финансовый инструмент появился на рынке совсем недавно и имеет свои особенности. Например, итальянская транснациональная энергетическая компания ENEL в сентябре 2019 года выпустила свою первую облигацию, связанную с ЦУР. Интересно, что с января 2021 года Европейский центральный банк разрешил включать облигации, связанные с ЦУР, в программы покупки активов и использовать их в качестве залога.

«Зеленые» кредиты – еще один инструмент для решения экологических проблем. Эти кредитные инструменты специально разработаны для финансирования «зеленых» проектов, направленных на борьбу с серьезными экологическими проблемами. Важным компонентом «зеленого» кредитования является регулярная отчетность заемщика перед инвестором, кредитором о фактическом использовании средств. Важную роль в такой отчетности играют качественные и количественные показатели эффективности. Например, заемщик может отчитываться о количестве выработанной электроэнергии или сокращении выбросов парниковых газов в результате реализации «зеленого» проекта.

Таким образом, облигации устойчивого развития и «зеленые» кредиты являются важными инструментами финансирования проектов с положительным экологическим и социальным эффектом. Они способствуют достижению Целей устойчивого развития и построению более устойчивого будущего для нашей планеты.

Кредиты на цели устойчивого развития – это различные виды кредитных инструментов, которые погашаются заемщиком по процентной ставке, зависящей от выбранных целей устойчивого развития, например, выбросов углерода. Если цели устойчивого развития достигнуты, то заемщику начисляется более низкая процентная ставка, в противном случае – более высокая. Такой финансовый стимул связан с достижением ЦУР и поощряет более ответственное отношение к финансам и устойчивому развитию.

Голубые облигации – это вид облигаций, выпускаемых правительствами, банками развития и другими организациями для финансирования проектов, связанных с океанами и морскими ресурсами. Примером такой облигации является Сейшельская голубая облигация, выпущенная в октябре 2018 года, которая является первой голубой облигацией, официально выпущенной Республикой Сейшельские Острова, и направлена на поддержку развития морских охраняемых территорий (МООС),

совершенствование управления приоритетными видами рыболовства и собственное развитие страны. По данным ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), к 2030 году ежегодный объем «голубой» экономики в мире составит 3 трлн. долларов США, и в ближайшие годы ожидается рост эмиссии «голубых» облигаций.

Социальные облигации – это облигации, предназначенные для финансирования социальных проектов, которые связаны с достижением продовольственной безопасности и устойчивым развитием экономики страны, своевременную поддержку граждан, которые нуждаются в помощи в связи с неблагоприятными ситуациями. Если сравнивать социальные облигации с «зелеными» облигациями, то можно отметить ограниченное применение социальных облигаций, хотя интерес инвесторов к ним постоянно растет. Примером такого растущего интереса является первый пакет социальных облигаций SURE, выпущенный ЕС в октябре 2020 года. Это свидетельствует о том, что инвесторы проявляют все больший интерес к финансированию социальных проектов и хотят быть социально ответственными.

Таблица 1

Сравнение «зеленых» финансовых инструментов⁷

Финансовый инструмент	Год первого применения	Общий выпуск 2022 г. (долл. США)	Доля рынка в 2022 г.	Рост с 2022 г. по 2023 г. (в %)
«Зеленая» облигация	2007	195,3 миллиарда	76,3%	6%
Облигация устойчивого развития	2014	14 миллиардов	5,1%	17%
«Зеленый» кредит	2016	6,3 миллиардов	2,9%	-
Кредит, связанный с устойчивым развитием	2017	38,6 миллиарда	15,1%	689%

Бангладеш, наряду с Европейским союзом, оказался в первых рядах стран, активно осваивающих «зеленое» финансирование, что связано с наблюдением существенного изменения климата на территории государства. Банк Бангладеш разработал политику устойчивого финансирования, призванную помочь стране в достижении глобальных целей, изложенных в Парижском соглашении, и более широких

⁷ Никитцова А.И. Современное состояние и развитие рынка зеленых финансов в РФ / А.И. Никитцова // Аллея науки. — 2018. — Т. 7. № 11 (27). — С. 97-102.

целей устойчивого развития. Восемь категорий, охватывающих 52 продукта и вида деятельности, имеют право на «зеленое» финансирование. Кроме того, Центральный банк Бангладеш разработал специализированную методику создания «зеленых» финансовых продуктов. Эта методика позволяет финансовым учреждениям оценивать социальные и экологические последствия различных «зеленых» финансовых продуктов и инициатив. Банк Бангладеш также обязал все банки разработать политику «зеленого» банкинга, включить экологические риски в систему управления взаимоотношениями с клиентами и ежеквартально отчитываться о результатах своей деятельности, что свидетельствует о том, что Бангладеш находится в авангарде движения «зеленого» финансирования.

Хорошим примером недавно выпущенного классификационного стандарта, ориентированного на широкий круг заинтересованных сторон, включая банки, участников рынка капитала, является «Зеленый классификационный стандарт» Монголии (например, классификационный стандарт 2019 года охватывает практически все виды деятельности и секторы экономики страны и определяет приемлемые проекты по восьми категориям: (1) возобновляемые источники энергии, (2) энергоэффективность, (3) предотвращение загрязнения и (1) возобновляемая энергетика, (2) энергоэффективность, (3) предотвращение и ликвидация загрязнений, (4) устойчивое сельское хозяйство, (5) низкоэмиссионная энергетика, (6) «зеленые» здания, (7) устойчивое управление водными ресурсами и отходами, (8) экологически чистый транспорт. Данная таксономия является важным шагом в развитии «зеленого» финансирования в Монголии и способствует ее устойчивому развитию.

Среди других заметных систем классификации можно отметить Стандарт зеленых облигаций Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН). Он представляет собой свод рекомендаций по применению принципов «зеленых» облигаций в Азии. Заслуживает внимания политика зеленого финансирования Народного банка Китая (НБК), в рамках которой основное внимание уделяется кредитам и выпуску облигаций. С другой стороны, Франция, хотя и не разработала собственную систему «зеленого» финансирования, но часть ее законодательства включает концепцию устойчивого финансирования. В 2017 году Франция стала первой страной, выпустившей суверенную «зеленую» облигацию. Аналогичным образом, несмотря на отсутствие согласованной таксономии для устойчивого финансирования в Нидерландах, Центральный банк Нидерландов (Nederlandsche Bank NV) разработал платформу для повышения осведомленности об устойчивом развитии в финансовом секторе. Nederlandsche Bank NV также ввел определение устойчивого финансирования применительно к суверенным «зеленым» облигациям, фондам и ипотечным схемам и является одним из пионеров в области экологизации финансовой системы.

Помимо стран, уже имеющих собственные критерии классификации, в процессе разработки находятся Канада, Казахстан и Индонезия. За этими странами следует наблюдать в ближайшие годы, поскольку они активно разрабатывают свои собственные системы классификации.

Для России характерно недостаточное развитие сектора ответственного инвестирования, что в свою очередь препятствует разработке решений глобальных проблем.

Анализ динамики ответственных инвестиций в Российской Федерации за период с 2010 г. по 2019 г. (см. рис. 3) демонстрирует, что рынок ответственного инвестирования активно развивается, что способствует росту «зеленой» экономики в условиях возрастания значимости экологических проблем в процессе реализации принципов устойчивого развития в Российской Федерации.

Динамика инвестиций в основной капитал в области охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов свидетельствует о развитии системы «зеленого» финансирования в рамках реализации принципов «зеленой экономики» и «зеленых финансов» в России. Примером успешной реализации концепции «зеленого» финансирования является сектор устойчивого развития, который в результате развития данного направления стал первой зрелой площадкой на российском финансовом рынке, поддерживающей экологические проекты.

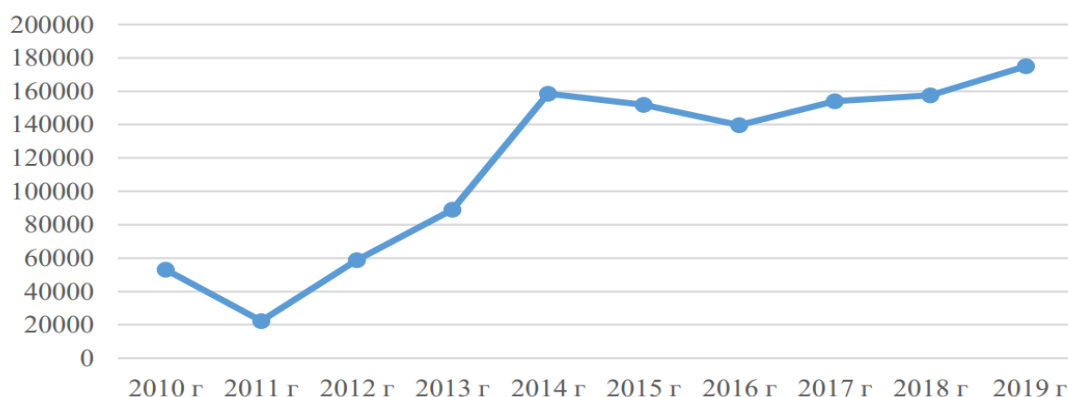


Рисунок 3. Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов в млн рублей⁸

⁸ Яковлев И. А., Кабир Л. С. Механизм финансирования «зеленых» инвестиций как элемент национальной стратегии финансирования устойчивого развития // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2018. № 3 (43). С. 9-20. DOI: 10.31107/2075-19902018-3-9-20.

Динамика инвестиций в основной капитал в области охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов свидетельствует о развитии системы «зеленого» финансирования в рамках реализации принципов «зеленой экономики» и «зеленых финансов» в России. Примером успешной реализации концепции «зеленого» финансирования является сектор устойчивого развития, который в результате развития данного направления стал первой зрелой площадкой на российском финансовом рынке, поддерживающей экологические проекты.

Как уже упоминалось выше, к началу 2023 года пять российских компаний выпустили семь выпусков облигаций, посвященных финансированию экологических проектов, на общую сумму 7,33 млрд руб. и 500 млн евро. Это свидетельствует о формировании культуры общества, нацеленной на сохранение окружающей среды, что впоследствии стимулирует появление «зеленых» проектов. В России финансирование «зеленой» экономики и инвестиции в «зеленые» проекты растут, демонстрируя интеграцию глобальной экосистемы в глобальную экологию. Национальные проекты России соответствуют Целям устойчивого развития ООН (ЦУР), предполагают комплекс мероприятий по трем факторам устойчивого развития: экономическим, социальным и экологическим.

Финансовые ресурсы необходимы для защиты окружающей среды, поэтому необходимо оптимизировать затраты на их привлечение. Необходимо также показать инвесторам преимущества вложения средств в «зеленые» проекты, к которым можно отнести, например, проекты по улучшению имиджа. В этой связи существует тенденция привлечения институциональных инвесторов, поскольку они могут улучшить свой имидж за счет вложений в «зеленые» проекты.

В «зеленом» проекте есть два основных участника: институты и организации государственного и частного секторов. Они способствуют развитию «зеленого» финансирования, стимулируют эффективные инвестиции и рациональное использование ресурсов.

В частном секторе ключевую роль в привлечении институциональных инвесторов играют банки. Одним из приоритетных направлений развития инновационного финансирования в России является создание и развитие рынка «зеленых» финансовых инструментов, включая обеспеченные займы, кредиты и другие инструменты финансирования экологических проектов. Перечень таких инструментов включен в План мероприятий Министерства экономического развития РФ на 2019-2024 годы, в рамках которого активно разрабатываются национальные правила и стандарты контроля «зеленых» финансовых инструментов, призванные способствовать развитию рынка «зеленых» облигаций и, соответственно, «зеленой» экономики.

Для создания конкурентоспособного национального финансового рынка в России необходимо ускорить продвижение «зеленых» финансовых инструментов.⁹ Отставание в развитии рынка «зеленых» финансовых инструментов может сказаться на реализации экологических проектов, так как инвестиционный процесс, связанный с устойчивым развитием, требует прозрачного финансового механизма. В связи с этим для развития рынка «зеленых» финансовых инструментов в России необходимо создать нормативную базу, способствующую мониторингу этих инструментов и их интеграции в инвестиционный процесс.

Правовая унификация статуса «зеленых» облигаций, регулирование процесса эмиссии и характеристик выпуска, а также требований к раскрытию информации будет способствовать регулированию этих финансовых инструментов и ускоренному развитию рынка «зеленых» облигаций.

По экспертным оценкам, объем российского рынка «зеленых» облигаций превышает 1 трлн. рублей, поэтому потенциал этого инструмента в настоящее время недооценен, а значит, он представляет большой интерес как для эмитентов, так и для инвесторов. В настоящее время официальный статус «зеленых» облигаций присвоен лишь ограниченному числу финансовых инструментов, внесенных в соответствующие реестры. К ним относятся «Ресурсосбережение» Ханты-Мансийского национального автономного округа (строительство и эксплуатация полигона по обработке, обезвреживанию и переработке твердых бытовых отходов); облигации банка «Центрум Инвестментс» (проекты в области энергоэффективности, возобновляемых источников энергии и «зеленого» транспорта); облигации компании коммерческой недвижимости «Гирляндинг Инвестментс» (модернизация торговых и многофункциональных объектов); облигации банка «Гирляндинг Инвестментс» (модернизация объектов коммерческой недвижимости). модернизация). Список «зеленых» облигаций не ограничивается перечисленными выше эмитентами, существуют также облигации, которые, несмотря на то, что используются для финансирования экологических проектов, не имеют официального статуса «зеленых» инструментов.

Важным событием в развитии «зеленого» финансового рынка в России стало присоединение Московской биржи в апреле 2019 года к глобальной инициативе Sustainable Stock Exchange (SSE). В результате членства и сотрудничества с РСПП – «Ответственность и открытость» – Московская биржа ежедневно рассчитывает два индекса устойчивого развития. Это позволяет отслеживать и оценивать динамику и эффективность инвестиций в «зеленые» проекты.

⁹ Архипова В.В. Современные проблемы развития и перспективы реформирования мировой финансовой системы. М.: Институт экономики РАН, 2021

Для стимулирования развития рынка «зеленых» облигаций необходимо создать механизм государственной поддержки и систему дополнительных стимулов для участников рынка – эмитентов и инвесторов. Это позволит создать благоприятные условия для развития и привлечения инвестиций в проекты, связанные с экологической устойчивостью.

Национальные механизмы поддержки рынка «зеленых» облигаций могут включать

1) Закрепление принципов и критериев «зеленых» облигаций в законодательстве. Участие государства в интеграции «зеленых» финансовых инструментов обеспечит прозрачность рынка, повысит доверие к инструменту и позволит контролировать реализацию инвестируемых экологических проектов.

2) Регулирование ликвидности и активности на финансовых рынках путем выпуска государством «зеленых» облигаций (облигации, выпускаемые агентствами развития, организациями и муниципалитетами для поддержки приоритетных и стратегических инвестиционных проектов в области устойчивого развития).

3) Обеспечить управление рисками путем расширения масштабов «зеленых» проектов, выпуска «зеленых» облигаций, предоставления институциональным инвесторам доступа к рынку облигаций, секьюритизации кредитов на стадии подготовки проектов.

4) Создать условия для предоставления финансовых стимулов (экологические налоговые льготы, государственные гарантии, бюджетная поддержка, прямое государственное финансирование на стадии подготовки и развития проекта, государственное страхование и т.д.).

5) Обеспечить надежный спрос на финансовые инструменты через государственные закупки, в которых приоритет отдается экологическим соображениям.

Все эти государственные меры по поддержке и стимулированию рынка «зеленых» облигаций будут способствовать устойчивому экономическому развитию и решению экологических проблем. Россия обладает всеми необходимыми ресурсами и потенциалом для развития этого рынка, а внедрение соответствующих инструментов позволит ей внести существенный вклад в общий процесс глобального устойчивого развития.

Необходимо разработать и внедрить механизмы, способствующие созданию и развитию кластеров «зеленой» экономики. В основе этих механизмов должно лежать государственно-частное партнерство, двойное преимущество которого заключается в обеспечении долгосрочной финансовой «окупаемости».

Современный мир вступил в новый этап эволюции финансовой системы – глобализацию «зеленого» финансирования, что характерно для глобальных трансформационных процессов. Отличительной особенностью процесса глобализации «зеленого» финансирования является формирование глобального рынка «зеленых» финансовых инструментов, а также инновационный характер инициатив и национальных практик в странах с развивающимися рынками.

В данной статье представлены рекомендуемые меры по развитию «зеленой» экономики в целом в России. Основной целью этих мер является поддержка некоммерческих организаций гражданского общества, заинтересованных в осуществлении деятельности на местном уровне, на уровне субъектов Российской Федерации и на федеральном уровне. Без адекватной государственной поддержки и частных инвесторов некоммерческим организациям не суждено эффективно развиваться.

Конкурсное финансирование инновационных экологических проектов продолжается, но зарубежный опыт показывает, что «зеленое» финансирование может стать эффективным инструментом развития «зеленой» экономики и реализации принципов устойчивого развития.

Появление «зеленого» инвестиционного банка, по аналогии опыту Великобритании, способствовало бы направлению существенных объемов инвестиций в проекты, направленные на решение наиболее важных и трудных экологических проблем, что способствовало бы эффективному решению экологических проблем и обеспечению устойчивого развития.

Библиографический список

- 1) Архипова В.В. Современные проблемы развития и перспективы реформирования мировой финансовой системы. М.: Институт экономики РАН, 2021
- 2) Дворецкая А.Е. Зеленое финансирование как современный тренд глобальной экономики / А.Е. Дворецкая // Вестник Академии. — 2017. — № 2. — С. 60-65.
- 3) Евдокимова Ю.В. Специфика становления «зеленых» финансов в России и зарубежных странах / Ю.В. Евдокимова // Вестник Екатеринбургского института. — 2019. — № 3 (47). — С. 16-20.
- 4) Зомонова Э.М. Стратегия перехода к «зеленой» экономике: опыт и методы измерения. Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2021.
- 5) Никитцова А.И. Современное состояние и развитие рынка зеленых финансов в РФ / А.И. Никитцова // Аллея науки. — 2018. — Т. 7. № 11 (27). — С. 97-102.

6) Яковлев И. А., Кабир Л. С. Механизм финансирования «зеленых» инвестиций как элемент национальной стратегии финансирования устойчивого развития // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2018. № 3 (43). С. 9-20. DOI: 10.31107/2075-19902018-3-9-20.

7) Парижское соглашение: принято 12 дек. 2015 г. 21-й сессией конференции сторон Рамочной конвенции ООН об изменении климата (Париж, 30 ноября – 13 декабря, 2015). URL: [https:// unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf](https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf)

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 33

Кундухова З.О. Основные направления государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России

The main directions of state support for small and medium-sized businesses in Russia

Кундухова Зарина Олеговна

Магистрант Дипломатической Академии МИД России
г. Москва

Kundukhova Zarina Olegovna

Master student of Diplomatic Academy of the Russian Foreign Ministry
Moscow

Аннотация. В статье рассмотрены основные направления поддержки малых и средних предприятий (МСП), которые осуществляет государство. Проанализированы наиболее эффективные инструменты, выявлены принципы, по которым она оказывается. Автор обращает внимание на значимость малых и средних предприятий в экономике отдельных стран, включая Россию. В конце исследования сделан вывод о том, что для развития экономики государства, необходимо оказывать поддержку данным компаниям на всех уровнях.

Данная статья выполнена в рамках написания Магистерской Диссертации.

Статья выполнена под научным руководством к.э.н., доцента Харакоз Ю.К., кафедры "Мировой экономики", Дипломатическая академия МИД России.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, государственная поддержка, экономическое развитие, экспортная деятельность.

Abstract. The article discusses the main directions of support for SMEs provided by the state. The most effective tools are analyzed and the principles by which it is achieved are identified. The author draws attention to the importance of small and medium-sized enterprises in the economies of individual countries, including Russia. At the end of the study, it was concluded that in order to develop the state's economy, it is necessary to provide support to these companies at all levels.

This article was completed as part of writing a Master's Dissertation.

The article was carried out under the scientific supervision of Candidate of Economics, Associate Professor, Y. K. Kharakoz, Department "World Economy", Diplomatic Academy of the Russian Foreign Ministry.

Keywords: small and medium-sized enterprises, government support, economic development, export activities.

Рецензент: Пучкова Ольга Сергеевна – кандидат экономических наук. Доцент
кафедры прикладной информатики.

ФГБОУ ВО «РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Введение

Одним из важнейших направлений государственной политики является оказание помощи предприятиям в их экспортной деятельности. Она выражается в создании благоприятной среды и использовании стимулирующих инструментов для экспортеров.

С того момента, как началось проведение экономических реформ, формирование и реализация малых и средних предприятий в Российской Федерации стали одним из основных приоритетов политики государства. Они создают большое количество рабочих мест, тем самым увеличивая занятость в регионе, в котором ведут свою деятельность. Кроме того, МСП способствуют росту конкурентной среды, экономической стабильности, а также научно-техническому прогрессу. Благодаря им многие могут проявлять инициативу и свои творческие способности.

Более того, в мире, в котором постоянно наступают различные кризисы, государства сосредотачивают свое внимание на поддержании экспортной деятельности отечественных производителей. Помощь оказывается национальным экспортерам для того, чтобы укрепить свои позиции на международном рынке и сохранить реальный сектор своей экономики.

Неэффективная государственная политика в данной области может привести к тому, что страна столкнется со сложностями в налоговой, валютной сфере. Произойдет отток инвестиций.

Методологическая основа исследования

В данной работе были использованы общенаучные методы исследования, такие, как методы системного анализа и исследования операций, метод сравнений и аналогий, а также методы формально-логические, перехода от общего к частному.

Роль малых и средних предприятий в международных отношениях

Малые и средние предприятия играют важную роль в современных международных отношениях. Они способствуют росту ВВП страны. Однако до сих пор в современной литературе нет однозначного определения МСП. В связи с этим, выделяют две категории, количественные и качественные, по которым идентифицируют принадлежность к ним компаний. К первой относятся оборот фирмы и численность персонала. Ко второй – масштаб предприятия, средства, с помощью которых идет продвижение товаров и услуг и их финансирование.

Согласно данным Европейского Союза, к категории малых предприятий относятся компании, численность рабочей силы в которых не превышает 50 человек, а годовой оборот составляет не более 9,5 миллионов евро.

Средними компаниями считаются те, у которых численность рабочей силы не превышает 245 человек, а годовой оборот достигает не более 50 миллионов евро.[4]

По данным Аналитического центра МСП Банк, в России зарегистрировано около 100 малых предприятий и около 250 средних компаний. Они определяются в соответствии с Федеральным Законом № 209-ФЗ от 2007 года «О развитии малого и среднего предпринимательства». [2] Основное внимание в нем отводится региональным программам по развитию МСП.

На федеральном уровне поддержка экспорта, в том числе МСП, осуществляется Министерством экономического развития Российской Федерации. Оно занимается управлением торговыми представительствами страны в более 50 странах по всему миру, а также координацией сетью центров поддержки МСП в регионах, которые стремятся выйти на зарубежные рынки.

Основные направления государственной поддержки малых и средних субъектов предпринимательской среды

Существуют две основные формы государственной поддержки МСП. Во-первых, регулирование деятельности предприятий сопровождается государственным протекционизмом. Вторая форма состоит в том, что осуществляется умеренное государственное регулирование и формирование рыночных условий для обеспечения конкурентной среды.

Основными направлениями государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства являются:

1. Финансовая поддержка. Она включает в себя разработку государственных программ, которые обеспечивают льготное кредитование. Также предоставляются субсидии, гарантии, льготные налоговые режимы и амортизационные льготы. Обеспечивается экспортное страхование.

Благодаря данному направлению малые и средние предприятия имеют больше возможностей для выхода на внешние рынки для осуществления внешнеторговых операций.

Государственными гарантиями МСП являются обязательства государства перед предприятием, в том, что будут предоставлены блага материального и нематериального характера. Это гарант, что инвестор сможет вернуть свои денежные средства, если заемщик будет не в состоянии исполнить свои обязательства и погасить задолженность.

Предоставление государственных гарантий в России осуществляется Правительством и Министерством финансов РФ.

Основным институтом считается Закрытое акционерное общество «Росэксимбанк».

Экспортным страхованием занимается экспортное страховое агентство «ЭКСПАР», которое является дочерним предприятием Внешэкономбанка.

Для того чтобы фирма могла преодолеть торговые барьеры на зарубежном рынке, государство проводит оптимизацию налоговой системы. Предоставляются налоговые льготы, в том числе, и для увеличения потока инвестиций. Осуществляются налоговые послабления. [11, с. 110]

2. Материальная и техническая поддержка. В рамках нее МСП предлагается арендовать различные технологии и оборудование. Создаются технопарки, технополисы и так далее.

3. Консультационная и информационная поддержка. Обеспечивается доступ к различным электронным библиотекам, предоставляются электронные базы данных, оказываются консультационные, бухгалтерские, а также правовые услуги.

Для того чтобы в компании принимались эффективные решения, необходимо, чтобы руководство было осведомлено об основных трендах, происходящих на рынке. Не владея информацией, они могут столкнуться с трудностями, которые помешают им осуществлять внешнеторговую деятельность.

Проведение обучающих семинаров также можно отнести к данному направлению государственной поддержки МСП.

4. Создание рыночной инфраструктуры. Образуются ярмарки, различные рынки сбыта.

Данное направление поддержки играет важную роль, поскольку создаются каналы сбыта продукции, а также налаживаются деловые связи между предприятиями и потребителями.

Количество применяемых мер поддержки значительно увеличилось в период коронавирусной инфекции, COVID-19, которая повлекла за собой кризис по всему миру.

По данным Всемирного Банка, основным направлением государственной помощи в данный период являлось предоставление финансирования. В рамках его использовалось более 400 инструментов поддержки. На втором месте было поддержание занятости, которое реализовывало 251 инструмент. В рамках консультационного направления были реализованы всего 16 инструментов поддержки, рисунок 1. [5]



Рисунок 1. – Инструменты поддержки МСП в период COVID-19

Источник: Всемирный Банк, URL: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-SME.pdf>

На сегодняшний день, основная организационная форма господдержки МСП выражается в долгосрочных и краткосрочных программах. [13, с. 139]

В систему государственной поддержки МСП входят:

1. государственные нормативно-правовые акты, благодаря которым поддерживается и развивается предпринимательство;
2. государственный аппарат. С его помощью происходит развитие МСП, регулируется данная сфера, а также создается необходимая инфраструктура.

Для более эффективной реализации всех программ поддержки необходимо придерживаться определенных принципов:

1. разделять возможности поддержки компаний между различными органами власти;
2. нести ответственность за то, чтобы обеспечивать благоприятные условия для ведения деятельности предприятиями;
3. предоставлять равный доступ для всех компаний для получения помощи.

Заключение

Таким образом, можно сделать вывод, что для того, чтобы экономика государства стабильно развивалась, необходимо оказывать поддержку малым и средним предприятиям, поскольку они в большей степени реагируют на рыночные колебания. Тем не менее, МСП имеют большое количество преимуществ, которые включают в себя быструю адаптацию к изменяющейся конъюнктуре, способность оперативно внедрять новые технологии и результаты научно-технического прогресса, а также более высокую эффективность управления, чем крупный бизнес.

Во многих странах, включая Россию, по различным направлениям идет реализация помощи компаниям. В рамках этого, создаются целые институты поддержки малых и средних предприятий. Более того, программы адаптируют к потребностям фирм.

За последние годы правительства начали внедрять все больше инструментов для поддержки МСП, на что также повлиял кризис, вызванный COVID-19. В будущем, их количество будет только возрастать.

Библиографический список

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие внешнеэкономической деятельности» (Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. №330).
2. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2007. – № 31. – Ст. 4006.
3. Внешэкономбанк / Годовой отчет, 2016 – Режим доступа: <http://annual2016.vtb.ru/#/> (дата обращения: 08.09.2023).
4. Европа. Специальный выпуск. 2004. – № 8. – С. 11.
5. Официальный сайт Всемирного банка. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-SME.pdf> (дата обращения: 08.09.2023).
6. Белоусова, Т.А. Современная практика страхования экспортных кредитов в странах ЕС / Т.А. Белоусова // Финансовый журнал. – 2015. – № 3. – С. 91-97.
7. Грибанич В.М. Влияние коронавируса на российскую и мировую экономику// Вестник РГГУ. 2020. №1. С. 162-171.
8. Д. Медведев: Доля малого и среднего бизнеса в российской экономике невелика [Электронный ресурс] / РБК. 2014. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20140203161806.shtml> (дата обращения: 08.09.2023)

9. Джелялова Н.Б. Организация деятельности и особенности общей системы налогообложения физических лиц-предпринимателей / Н.Б. Джелялова, Л.Б. Джелялова // Бизнес Информ. — № 1. — 2012г. — С. — 115–117.
10. Обухова Е., Огородников Е., Ремизов М. Преодолеть барьеры // Эксперт. 2015. №9. С. 36-41.
11. Харакоз Ю.К. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства. М.: Издательство «Вестник науки». Сборник статей Международной научно - практической конференции. Апрель 2020 г., стр. 108-113.
12. Харакоз Ю.К. Сущность и принципы построения налоговой системы Российской Федерации. М.: Издательство «Наука и просвещение». Сборник статей III Международной научно - практической конференции. Январь 2020 г., стр. 138 – 141.

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 657.6

Попова Ю.А. Актуальные методики формирования системы внутреннего контроля организации и инновационные подходы к ее оценке

Current methods of forming an organization's internal control system and innovative
approaches to its assessment

Попова Юлия Александровна,

старший преподаватель кафедры бухгалтерского учёта и аудита,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»

Popova Julia Alexandrovna,
senior lecturer of the Department of Accounting and Audit,
Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design

Аннотация. В данной научной работе анализируется актуальность функционирования систем внутреннего контроля в современных организациях. Рассматриваются основные методики формирования данных систем. Анализируются обязательные свойства, такие как применимость на производстве, коммерческая реализуемость и актуальность. Приводятся основные формы и этапы создания системы внутреннего контроля. Раскрывается значение инновационного подхода в рамках современной оценки подобных систем. Отражена роль ориентации на риск в ходе реализации систем внутреннего контроля организации.

Ключевые слова: система внутреннего контроля, коммерция, служба внутреннего аудита, управленческая деятельность, аутсорсинг, инновационный подход, эффективность, оценка рисков.

Abstract. This scientific paper analyzes the relevance of the functioning of internal control systems in modern organizations. The basic methods of forming these systems are considered. Mandatory properties are analyzed, such as applicability in production, commercial feasibility and relevance. The main forms and stages of creating an internal control system are given. The significance of the innovative approach in the framework of the modern assessment of such systems is revealed. The role of risk orientation in the implementation of internal control systems of the organization is reflected.

Keywords: internal control system, commerce, internal audit service, management activities, outsourcing, innovative approach, efficiency, risk assessment.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Для успешного функционирования компании на всех уровнях, увеличения объемов прибыли и преумножения ее активов важно сформировать отлаженную систему управления, основным инструментом которой будет являться внутренний контроль. Он представляет собой процесс, осуществляемый органом управления (или другими сотрудниками), призванный получать информацию, которая поможет в реализации последовательной и результативной деятельности организации, а также при исполнении требований нормативных актов и соблюдении законов.

При анализе методик формирования систем внутреннего контроля компаний различия в подходах прослеживаются еще на стадии научно-исследовательских и опытных разработок, так же как и в формировании новых технологий и процедур контроля. Так, например, у разных организаций при формировании данной системы объектом могут служить средства реализации, различные технологические процессы, качество и виды реализуемой продукции, материалов, сырья, социальная сфера производства и потребления, уровень и номенклатура квалификации трудовых ресурсов, деловая практика, устройство организации и др. [4] В данных условиях система внутреннего контроля должна проявлять лидерскую позицию, твердость, а не просто функционировать внутри организации, анализируя риски и предотвращая потери. Успешно сформированная система не может быть в подчинении у остальной части компании. Для того чтобы она позволяла оперативно устранять проблемы, руководитель системы внутреннего контроля обязан наделить ее особыми полномочиями, которых не будет ни у одной из управленческих служб. На практике она может быть в подчинении только у совета директоров, который в данном случае выполняет связующую функцию, донося до сотрудников и внешних посредников результаты разнообразных проверок. Исходя из этого, особую актуальность приобретает вопрос применения действенных методик формирования систем внутреннего контроля хозяйствующих субъектов и дальнейшая оценка их работоспособности и функциональности.

При создании рассматриваемых систем организации сталкиваются с множеством аспектов и задач, которые необходимо решать в комплексе. На первом этапе, прежде всего, необходимо определить контролирующий орган, который будет руководить процедурами в ходе создания системы внутреннего контроля. Далее следует обозначить главные цели и задачи, поставленные перед данной системой, которые, естественно, могут и скорее всего будут меняться в ходе ее последующего развития. Также необходимо разработать должностные инструкции и локальную нормативную базу в целом. Затем руководство решает какие направления внутреннего контроля будут приоритетными для организации, какими способами будут решаться проблемы,

возникающие в ходе определения рисков, а также определяет меры, виды используемого контроля внутри хозяйствующего субъекта [2].

Обязательными свойствами методики формирования системы внутреннего контроля являются ее применимость на производстве, коммерческая реализуемость и актуальность. Потребность в реализации выпускаемой продукции на рынок определяют коммерческую характеристику подобной системы. Иначе говоря, коммерция – это то, что трансформирует результаты разработанной методологии в практические источники получения прибыли для компании. Ей предшествует материализация наработанных разработок в новые технологии, рабочие инструменты и новые виды контроля, а также организацию производственной деятельности [1]. Отметим, что зачастую создание системы контроля является не только процессом, но и конечным результатом изменений в компании, которые были применены в целях развития субъекта управления и получения максимальной экономической отдачи.

На практике руководство организаций при разработке методики формирования системы внутреннего контроля пользуется двумя основными принципами – процессным и объектным. При построении модели на основе первого подхода используются новые методы контроля за процессами, перераспределение рабочих обязанностей и мест среди сотрудников компании, смена внешнего аудитора, реорганизация производства на экономическом субъекте. Руководство внедряет не просто видоизмененные методики, базируясь на уже используемых в системе внутреннего контроля, а применяет кардинально новые или существенно усовершенствованные процессы контроля производства. В свою очередь объектный принцип, наоборот, может позволить внедрить новую методику на основе применения уже существующей, или основываясь на введении какого-то нового продукта, изменяя его финансовые характеристики, подгоняя под действующую систему.

Таким образом, методики формирования внутреннего контроля можно классифицировать по следующим критериям:

- 1) на основе источника возникновения дифференцируются на внешние и внутренние;
- 2) на основании используемого объекта – технологические, организационные, кадровые, управленческие, ресурсные;
- 3) на основании внедряемых изменений – улучшающие, незначительные, кардинальные, модифицирующие;
- 4) на основании участия в рыночной экономике – локальные, стратегические, системные;
- 5) на основании уровня новизны – не использованные ни разу в прошлом, относительные;

б) в зависимости от масштаба новизны – локальный, отраслевой, региональный, национальный, мировой [6].

Исследователи на практике выделяют три основные формы, которые организации применяют при создании системы внутреннего контроля:

1. служба внутреннего аудита;
2. структурно-функциональная форма контроля;
3. контрольно-ревизионная служба.

Первая форма является единственной опирающейся на риск-ориентированный подход и представляется наиболее подходящей для организации системы внутреннего контроля. Однако она носит лишь стратегический характер. В современных условиях одним из наиболее интересных вариантов организации системы внутреннего контроля является совмещение службы внутреннего аудита и какой-либо из двух оставшихся форм. Так, например, при сочетании структурно-функциональной формы контроля вместе с службой внутреннего аудита проверки проходят на всех уровнях, начиная с финансового и заканчивая структурной оценкой.

Принято считать, что главная роль в управленческой деятельности организации отводится структуре учета. Для того чтобы минимизировать риски потерь в финансовом плане, сократить их и обеспечить сохранность имущества, что является само по себе функцией, которую выполняет контроль и его система, создается информационная база учета – так называемый управленческий учет. Но на практике это два разных по функциям объекта контроля. Учет не может выполнять все процедуры системы внутреннего контроля, так как она является более широкой структурной единицей. Если учет рассматривает в узком направлении только информацию по контролируемым объектам, то подобная система анализирует финансовую отчетность для того, чтобы повысить эффективную деятельность организации в целом [8].

Наряду с этим, важно отметить, что методика формирования системы внутреннего контроля должна быть закреплена в соответствующих положениях компании. В подобных локальных нормативных документах прописываются функции, которые система должна исполнять. Ключевыми среди них являются: мотивация, вложение и воспроизведение.

В качестве мотивации от использования внутреннего контроля по результатам полученных выгод и при повышении эффективности система должна побуждать перманентно улучшать методики управления и контроля, служить стимулом для реализации руководством мероприятий по ее совершенствованию. Функция воспроизведения заключается в том, что подобная система может стать источником финансирования и расширения экономической деятельности хозяйствующего субъекта. Функция вложения выражается в том, что система внутреннего контроля дает

возможность использовать полученные результаты успешной деятельности для последующих инвестиционных вложений различного назначения в целях усовершенствования всей компании.

Исходя из вышеописанного, система внутреннего контроля при ее формировании проходит следующие этапы:

- 1) разработка – составление локальной нормативной базы;
- 2) совершенствование – освоение и внедрение в систему управления организацией;
- 3) стабилизация – использование контрольных процессов и процедур, отчетности, минимизация и прогнозирование рисков;
- 4) пик продуктивности – достижение максимально эффективной работы [10].

Важно отметить, что все эти этапы являются непрерывными и продолжительными, так как неизбежно будут появляться все новые риски, для которых нужна будет разработка новых методик, внесение изменений в нормативную базу и т.д., что повлечет новый цикл развития системы внутреннего контроля.

Вместе с тем, важно отметить, что формирование системы внутреннего контроля – это очень важный, но лишь первый этап в ходе ее функционирования в организации. Далее большое внимание следует уделять всестороннему анализу и оценке ее реализации в практической деятельности хозяйствующего субъекта.

Важно отметить, что на сегодняшний день одним из основных фактором развития системы внутреннего контроля экономического субъекта являются пути внедрения инноваций, то есть обновления структуры, внесения каких-либо изменений, новшеств в методики осуществления оценки рисков. То, как эффективно и до какого уровня может компания развить подобную систему, показывает уровень ее значимости на рынке и степень развития организации.

Эффективность внедрения инновационного подхода при формировании системы внутреннего контроля характеризуется получаемыми при ее внедрении бенефитами с количественной точки зрения. С их помощью можно выявить соотношение приложенных усилий и затрат на реализацию и результаты внедрения системы в производственные процессы контроля.

Исследователь Андреев В.В. в своих работах утверждает, что на грамотно проведенной оценке систем внутреннего контроля в области международных экономических отношений базируется конкурентное преимущество организации. Актуальность данного тезиса обуславливает показатель экспорта российской товарной экономики. Он составляет примерно от 5 до 9 единиц, когда максимально возможный составляет 96 [11]. Это в полном объеме отражает тот низкий процент заинтересованности в развитии данного метода оценки системы внутреннего контроля

у российских экономических субъектов.

В обозначенных условиях оказывается необходимым на первый план вывести вопрос повышения эффективности применения методов оценки систем внутреннего контроля. Для этого следует формировать методологические центры, разрабатывающие инновационную политику в отношении оценки подобных систем. При этом обеспечение стабильности на экономическом рынке в условиях конкуренции будет возможно только если организации начнут повсеместно внедрять инновационные механизмы оценки рисков в собственные структуры и производство. Подобные механизмы, в свою очередь, должны быть взаимосвязаны с научными идеями, быть прогрессивными, успешными и развивать методологию оценки систем внутреннего контроля. Из этого можно сделать вывод, что главной целью инновационной политики компании в отношении оценки рассматриваемых является обеспечение условий для создания эффективных процедур контроля на предприятии.

Оценка системы внутреннего контроля сегодня в той или иной степени является сферой пристального внимания со стороны экономических субъектов во всем мире. Однако в России, к сожалению, методология подобной оценки распространена не так широко. Несмотря на множество программ по модернизации процедур оценки систем внутреннего контроля, концепций развития данной деятельности, быстрого темпа развития цифровых технологий, эволюция оценки в данном направлении происходит крайне медленно. В свою очередь, в международной практике наблюдается серьезное опережение [12].

Анализируя вопрос рисков, связанных с внедрением инновационного подхода в российские компании, практика показывает, что именно крупные концерны имеют достаточную базу и средства, чтобы справиться с ними. Не каждая организация может взять на себя риски реформирования структуры и организации инновационно-ориентированной системы внутреннего контроля, что по сути тоже является само по себе риском. Однако внедрение инноваций способствует, в первую очередь, повышению стабильности и прибыльности, а, во-вторых, привлечет множество иностранных ресурсов в финансовые фонды компаний, что повысит их конкурентоспособность на рынке, и, в-третьих, сократит время перенасыщения рынков сбыта новой продукцией за счет направленности на качество продукции и продлению ее актуальности. Всё это должно способствовать экономическому и научно-техническому прогрессу, открывать множество новых возможностей для развития компании на международной рынке. Главное при внедрении инновационного подхода то, что будут сокращаться расходы и время, необходимое для создания и внедрения инноваций.

Первоочередной задачей еще до начала оценки функционирования системы

внутреннего контроля как таковой, является необходимость формирования модели оценки надежности и эффективности ее элементов и разработка соответствующих критериев. Следует собрать и обработать информацию о текущем состоянии подобной системы и организации в целом, используя, например, такие методы как интервью с сотрудниками и руководством компании. Данные также можно получить посредством проведения тестирования элементов контрольной среды. В итоге они все будут оценены как слабые, средние или сильные [5]. На основе тестирования и заключается вывод об общем состоянии системы внутреннего контроля и определяются ее наиболее уязвимые участки. Выявив всевозможные риски менеджмент определяет степень их важности, вероятность возникновения и способы управления ими. Далее назначаются процедуры аудита (разрабатываются программы и планы, предпринимаются действия для устранения рисков, принимается решение их игнорирования из-за дорогих средств контроля и т.д.).

Традиционно можно разграничить методы оценки на два главных вида:

- процессные;
- объектные [7].

Как ранее было отмечено, оценка рисков имеет большое влияние на результат доходов и финансовых вложений. Для того, чтобы мотивировать руководство в поиске нетрадиционных решений возникающих нестабильностей, необходимо пристальное внимание уделять такой функции риска как инновационная. Чем больше сотрудники компании погружены в проблему и риск-ориентированы, тем больше в итоге нестандартных решений и подходов к ее решению они могут предложить. Этим должна заниматься служба внутреннего аудита компании.

На международном уровне исследователи добились существенных успехов в данном направлении и уже на протяжении долгого времени используют подобную функцию риска. Однако нельзя отрицать того, что отечественные организации стоят на пути правильных изменений в рамках формирования и реализации систем внутреннего контроля и достигли определенных успехов в применении подобного подхода [9].

Чтобы осуществить инновационный подход к оценке системы внутреннего контроля компания должна проанализировать вероятность того, что риск все-таки наступит. Существует несколько методик, которые могут сократить возможность наступления риска, либо разобраться с уже наступившими последствиями. Так, например, компания может постараться передать полномочия внешним помощникам – аутсорсерам, либо осуществить попытку страхования и др. Но в действующих условиях чрезвычайно важно направить свое внимание на распределение риска между участниками процессов и установить внутренние распорядки между риск-экспертами.

Для минимизации отрицательных результатов внедрения инновационного

подхода к риску организация может учредить риск-менеджмент, что будет способствовать высокому уровню эффективности системы внутреннего контроля в целом. Несмотря на то, что остается риск неизбежности потерь, его можно ограничить качественно применяя методы управления рисками.

При внедрении моделирования рисков в компании стоит обратить внимание на тот факт, что чрезмерное использование многообразия методов тоже не является целесообразным. Чем больше информации, тем больше вероятность того, что это приведет к увеличению количества факторов риска в используемой модели, за счет чего неопределенность не только не снизится, но и возрастет. Для того чтобы обеспечить четкость информации и достоверность входящих данных, будет правильным осуществлять сортировку информации на этапе ее приема. Все данные о результатах применения инновационного подхода, об управлении, всевозможные предложения по совершенствованию и локально-нормативные документы должны быть тщательно проверены на предмет отсутствия в них задвоения данных, бесполезной информации. Исходя из этого, создание эффективно работающей и успешной системы внутреннего контроля и управления рисками возможно только тогда, когда сотрудники службы контроля своевременно и оперативно обрабатывают входящую информацию, при этом сохраняя высокий уровень деятельности.

В последнее время большинство отечественных крупных компаний прибегают к использованию хеджирования, что является достаточно эффективным подходом к минимизации финансовых рисков [3]. Для этого необходимо определить ниши на экономическом рынке, в которых будет осуществляться пересчет процентных ставок, что способствует минимизации рисков ведения эффективной деятельности системы внутреннего контроля, а также увеличению конкурентоспособности компании на международном рынке.

Наряду с этим, необходимо уделить больше внимания классификации экономических рисков в их традиционном понимании. Разработка большого количества подходов к их классификации требует определенного обобщения и приведения наиболее используемых в практике. Так, по своей структуре риски делятся на внешние и внутренние.

К внешним относятся риски, которые возникают на политической основе, при изменениях законодательства, из-за природных явлений, по структуре бизнес-процессов (отраслевые риски) и т.п. Также на финансовом подуровне внешних рисков можно выделить макроэкономические, связанные с инфляцией, курсом валют, процентной ставкой на рынке, и реорганизацией структуры. Что касается внутренних, к ним относятся риски, связанные с инвестициями, деловыми переговорами, отсутствием времени, селекцией, снижением прибыли, коммерцией и торговлей,

неконкурентоспособностью на рынке, неверными и недостоверно проведенными расчетами, а также ценовой дискриминацией.

Подводя итог, необходимо отметить, что на сегодняшний день исследование методик формирования системы внутреннего контроля в организации является важнейшей составляющей развития и повышения эффективности современной компании. Благодаря этому представляется возможным провести параллель и установить связь между тем, сколько хозяйствующий субъект реализует продукции и максимумом его экономических показателей, а также просчитать зависимость их увеличения от минимизации рисков путем внедрения новых методик контроля.

Анализируя эффективность внедряемых форм, можно сделать выводы о периоде наибольшей продуктивности и роста системы внутреннего контроля, определить пиковые показатели экономической состоятельности системы внутреннего контроля, которые складываются из расчета всех затрат на формирование устойчивой системы, производительности труда, объемов сбыта и эффективности минимизации рисков. Для определения продолжительности действия той или иной методики требуется провести аналитику, состоящую из следующих этапов:

- 1) установить продолжительность категории риска;
- 2) разработать наиболее эффективные тактики и стратегии динамики контроля в соответствии с продолжительностью угрозы выделенной категории риска;
- 3) определить продолжительность востребованности контрольных процедур;
- 4) дать тщательную и детальную оценку факторов, влияющих на минимизацию рисков, и потенциальные прогнозы на будущие ухудшения или улучшения показателей.

Таким образом, становится возможно проследить тесную системную взаимосвязь между рисками и контролем, а оценка вероятности возникновения рисков является основополагающим аспектом при формировании системы внутреннего контроля. Если компания будет осуществлять анализ рисков на начальном этапе разработки подобной системы, то это способно значительно улучшить стратегию и методику ее формирования.

Библиографический список

1. Баканов, М. И. Теория экономического анализа / М. И. Баканов, М.В. Мельник, А. Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 520 с.
2. Бартон, Т. Комплексный подход к риск-менеджменту: стоит ли этим заниматься: пер. с англ. / Т. Бартон, У. Шенкир, П. Уокер — М.: Издательский дом «Вильямс», 2018. – 208 с.
3. Бурцев, В. В. Методы совершенствования внутреннего финансового контроля / В.В. Бурцев // Финансовый вестник. - 2020. - № 23. - С. 8 - 22.

4. Бурцев, В. В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации / В. В. Бурцев. – М.: Экзамен, 2016. – 237 с.
5. Василенко, А. А., Самойленко, Ю. С. Классификация контрольных процедур как элемента системы внутреннего контроля организации / А. А. Василенко, Ю. С. Самойленко // Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2019. – С. 96-103.
6. Дорофеева, Д. П. Пути совершенствования внутреннего контроля экономических субъектов / Д. П. Дорофеева. - Краснодар, 2016. – 154 с.
7. Евдокимова, А. В., Пашкина, И. Н. Внутренний аудит и контроль финансово-хозяйственной деятельности организаций: практическое пособие / А. В. Евдокимова, И. Н. Пашкина. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 208 с.
8. Иванов, О. Б. Роль внутреннего аудита в обеспечении эффективного функционирования системы управления рисками компании/ О. Б. Иванов, Т. В. Лаврова // Аудиторские ведомости. - 2021. - N 10. - С. 32-38.
9. Каплина, М. С., Жукова, Т. В. Целесообразность внедрения внутреннего аудита на предприятии / М. С. Каплина, Т. В. Жукова // Экономика и предпринимательства. – 2019. - №1. – С. 763-765.
10. Макаренко, С. А. Концептуальные основы внедрения внутреннего контроля в систему управления организаций малого и среднего бизнеса / С. А. Макаренко // Инновационное развитие экономики. - 2016. - № 6-1 (36). – С. 132-127.
11. Петров, А. А. Внутренний контроль хозяйственной деятельности: основные положения / А. А. Петров // Экономика, управление, финансы: материалы III междунар. науч. конф. – Пермь: Меркурий, 2022. – С. 93-101.
12. Симионов, Р. Ю. Развитие системы внутреннего контроля на основе современных концепций управления организацией / Р. Ю. Симионов // Вестник УГУЭС. – 2020. – №4 (6). – С.51-54.

УДК 338.23

Сорокин И.А., Кунев С.В. Направления совершенствования системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия

Directions for improving the system of state support for small and medium-sized businesses in the Republic of Mordovia

Сорокин Игорь Анатольевич

АНО ВО «Открытый университет экономики, управления и права», г. Москва

Кунев Сергей Викторович

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва» Россия, г. Саранск

Sorokin Igor Anatolievich

Open University of Economics, Management and Law, Moscow

Kunev Sergey

«Mordovia state University. N. P. Ogareva» Russia, Saransk

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению проблем развития малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия, в т. ч. связанных с последствиями внешних экономических санкций. Так же рассмотрены аспекты разработки направлений улучшения институциональной среды как фактора развития сфер малого и среднего предпринимательства в регионе. Получены выводы, указывающие на наличие положительных перспектив дальнейшей разработки сформулированных направлений.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, институциональная среда, внешние санкции, инвестиции, государственная поддержка.

Abstract. The article is devoted to consideration of the problems of the development of small and medium-sized businesses in the Republic of Mordovia, including those related to the consequences of external economic sanctions. Aspects of developing directions for improving the institutional environment as a factor in the development of small and medium-sized businesses in the region are also considered. Conclusions were obtained indicating the presence of positive prospects for the further development of the formulated directions.

Keywords: small business, medium business, institutional environment, external sanctions, investments, government support.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Результаты проведённого анализа позволили выявить проблемы развития малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия. К таковым можно отнести следующие:

1 Ограничения, возникшие на фоне санкций. Данная проблема, вызванная на фоне напряженной геополитической обстановкой в мире, обусловлена тем, что малый и средний бизнес не только в Республике Мордовия, но и во всей Российской Федерации сталкивается с невозможностью осуществления некоторых видов

деятельности. Например, данная проблема серьезно подкосила финансовое положение малых и средних предприятий, которые до наложения санкций на Российскую Федерацию осуществляли экспортную деятельность в европейские страны, или тех предприятий, которые в своём производственном процессе использовали ресурсы, импортированные в страну из Европы и не имеющие аналогов в Российской Федерации. И даже несмотря на то, что наша страна, и республика в том числе, сохранила сотрудничество с рядом азиатских стран, малому и среднему бизнесу необходимо время для того, чтобы восстановиться от потерь, связанных с введением санкций.

2 Сокращение числа средних предприятий. В течение периода, охватывающего временной период с 2019 по 2022 годы, число средних предприятий, ведущих свою деятельность на территории Республики Мордовия сократилось на 2 единицы. И это вовсе не значит, что численность средних предприятий в течение исследуемого периода оставалось на стабильном уровне, поскольку ещё в 2021 году их число равнялось 81 единице. Сокращение численности средних предприятий противоречит целям государственной поддержки малого и среднего бизнеса, а также серьезно сказывается на общем экономическом развитии региона.

3 Нехватка квалифицированных специалистов в сфере малого предпринимательства. В процессе анализа современного состояния малого и среднего бизнеса в Республике Моравия мы выяснили, что численность населения, занятых в сфере малого и среднего бизнеса, обратно пропорциональна численности самих малых предприятий. Из всего этого следует, что количество рабочих мест, созданных малым бизнесом сокращается. И вызвано это тем, что в пределах региона малые предприятия не имеют возможности заполнить штат своих сотрудников квалифицированными специалистами, в связи с чем их ориентир смещается с повышения количества сотрудников на повышение их качества.

Для обеспечения потенциала роста малого и среднего предпринимательства государство должно обеспечить на той или иной территории достаточно благоприятную институциональную среду.

Одной из первоочередных функций институциональной среды как экономической категории является то, что она используется для создания благоприятных условий для развития бизнеса. Таким образом, для того, чтобы малый и средний бизнес в Республике Мордовия имел все необходимые условия для стабильного развития, необходимо создавать целую систему государственных институтов и совершенствовать ее в целях обеспечения благоприятного предпринимательского климата, опираясь на актуальные проблемы развития бизнеса [2].

В рамках вопроса об улучшении институциональной среды региона в качестве решения проблем малого и среднего предпринимательства нам разработан ряд практических рекомендаций, включающий в себя:

- разработку программы мониторинга качества предпринимательского климата в регионе;
- модернизация Регионального фонда инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия;
- разработка новой меры государственной поддержки, связанной с поиском каналов сбыта региональной продукции в зарубежных странах.

Программа мониторинга качества предпринимательского климата позволит Министерству экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия контролировать степень удовлетворенности субъектов малого и среднего бизнеса предпринимательским климатом в регионе, получать от них обратную связь, выявлять их потребности и совершенствовать меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Данная программа включает в себя несколько последовательных этапов:

- разработка анкеты, содержащей в себе вводную часть с прямым обращением к хозяйствующему субъекту и основную часть с перечнем тщательного проработанных вопросов открытого и закрытого типа;
- рассылка разработанных анкет субъектам малого и среднего бизнеса;
- сбор результатов анкетирования и обработка полученных данных;
- анализ результатов анкетирования;
- разработка рекомендаций на основе результатов анализа.

Для того, чтобы оптимизировать обработку данных из заполненных анкет, сами анкеты должны иметь цифровую форму и аккумулироваться в специализированных облачных сервисах, способных предоставлять

статистику полученных ответов на каждый вопрос из общего перечня. В качестве примеров подобных сервисов можно привести Yandex Forms и Google Forms.

Кроме того, оптимизация обработки данных анкетирования позволит сокращать время между моментом сбора заполненных анкет и моментом начала анализа результатов анкетирования. Такие условия позволят Министерству экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия в более оперативном порядке проводить мониторинг качества предпринимательского климата [1]. В целях проведения более рационального мониторинга качества предпринимательского климата анкетирования анкетирование субъектов малого и среднего предпринимательства

должно проходить один раз в полгода. Визуально алгоритм процесса мониторинга качества предпринимательского климата представлен на рисунке 1.

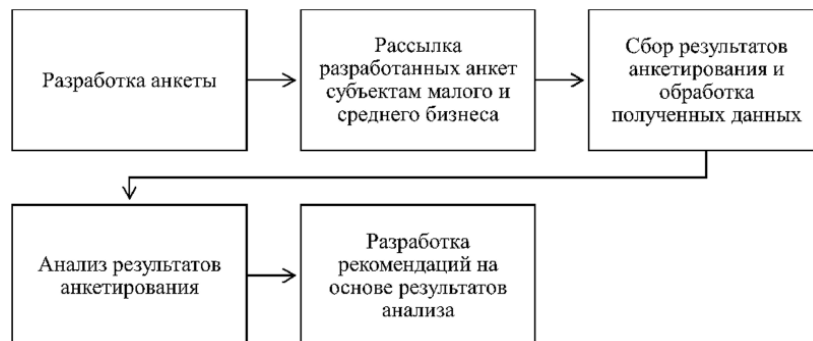


Рисунок 1- Алгоритм процесса мониторинга качества предпринимательского климата

В регионе на данный момент осуществляет свою деятельность закрытый паевой фонд смешанных инвестиций «Региональный фонд инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия», учреждённый управляющей компанией «ПРОФИНВЕСТ». Целью его деятельности является получение прибыли на объединённые в фонд активы и распределение по истечению определённого срока полученной прибыли между инвесторами пропорционально количеству паев [4].

Сам фонд посредством своей деятельности предоставляет потенциальным инвесторам возможность приобретения пая, минимальная стоимость которого составляет 100 тыс. р. Однако, его стоимость может отличаться от минимальной в зависимости от доходности паев по прошествии отчетного периода. Так, например, стоимость одного пая инвестиционного фонда 31 мая 2023 года составила 101,65 тыс. р., что на 1,65 тыс. р. больше его минимальной стоимости. Затем инвестиционный фонд посредством продажи паев формирует определённый капитал, который распределяется между наиболее доходными субъектами малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия посредством инвестирования. По истечению срока инвестирования инвестиционный фонд получает ранее вложенные средства в большем объёме и распределяет полученную прибыль между держателями паёв, взимая с общей суммы дохода 2,5 % на вознаграждение управляющей компании, вознаграждение депозитарию и прочие расходы. Визуально процесс инвестиционной деятельности Регионального фонда инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия представлен на рисунке 2.

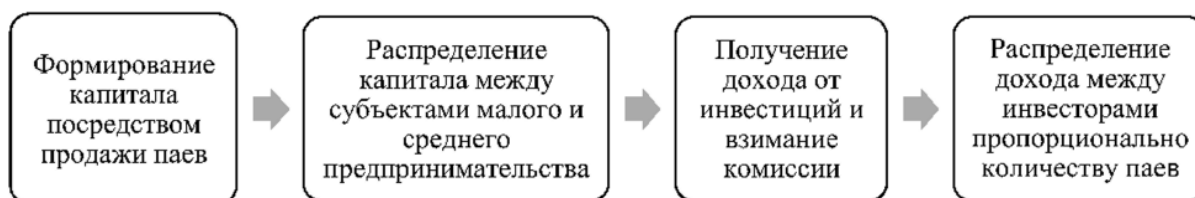


Рисунок 2 - Процесс инвестиционной деятельности Регионального фонда инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства РМ [4]

Паи, продаваемые Региональным фондом инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия, имеют свойства изменять свою стоимость, в связи с чем, на официальном сайте фонда публикуется динамика стоимости пая в периоде от 1 месяца до 5 лет. Динамика стоимости пая Регионального фонда инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия представлена в таблице 1.

Таблица 1

Динамика стоимости пая Регионального фонда инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия [3]

Показатель	В отчетную дату	Через 1 месяц	Через 3 месяца	Через 6 месяцев	Через 1 год	Через 3 года	Через 5 лет
Темп прироста, %	-	0,11	0,28	-1,82	-4,85	-16,90	-15,57
Стоимость пая, р.	101 655	101 767	101 940	98 805	96 725	84 475	85 827

Таким образом, чем дольше пай задействован в процессе инвестирования средств в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия, тем меньше становится его стоимость и доходность, соответственно. По этой причине наиболее оптимальным вариантом является покупка максимального количества паев сроком инвестирования на 3 месяца. Именно при таких условиях с учётом доходности инвестиций инвестор, он же держатель паев, получит максимальный доход от участия в формировании капитала Регионального фонда инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия.

На базе Министерства экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия уже действует интерактивная инвестиционная карта республики, содержащая в себе информацию обо всех объектах, нуждающихся в финансировании, в том числе и о предприятиях. Разработанный инвестиционный калькулятор можно было бы интегрировать в данную интерактивную инвестиционную карту с целью достижения большей эффективности финансовых вложений [57].

Дополнительная мера государственной поддержки малого и среднего бизнеса связана с поиском каналов сбыта продукции республиканских производителей в зарубежные страны. Необходимость разработки данной меры поддержки обусловлена тем, определенное число субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия, осуществляющих экспортную деятельность, на фоне санкционных ограничений по отношению к Российской Федерации столкнулись с невозможностью поставлять произведённую продукцию в страны восточной Европы, среди которых числятся Польша, Чехия, Финляндия и страны Прибалтийского региона.

Несмотря на эти условия, существует ряд дружественных стран Российской Федерации, в числе которых преобладают государства Азиатского региона. Для того, чтобы предприятия продолжали свою экспортную деятельность, посредством которой они вносят существенный вклад в развитие национальной экономики, Министерство экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия в рамках разработанной меры поддержки малого и среднего бизнеса могло бы делегировать обязанности по поиску каналов сбыта продукции, произведённой на территории республики, региональному центру «Мой бизнес».

Процесс оказания данной меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса должен состоять из трёх последовательных этапов, состоящих из ряда операций по информированию субъектов малого и среднего предпринимательства и поиску каналов сбыта в азиатских странах. Данный процесс состоит из следующих этапов: консультирование, поиск, информирование (рисунок 3).



Рисунок 3 - Алгоритм применения новой меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса

Именно такой алгоритм действий, осуществляемых в рамках оказания новой меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса, позволит республиканским производителям не прекращать поставки продукции в зарубежные страны. Данная практическая рекомендация позволит субъектам малого и среднего бизнеса обойти санкционные ограничения и сохранить объёмы своего производства.

Таким образом, разработанные практические рекомендации, направленные на улучшение институциональной среды в регионе, позволят Министерству экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия совершенствовать предпринимательский климат региона на основе предпочтений республиканских субъектов малого и среднего бизнеса, что в долгосрочной перспективе позволит нарастить количество малых и средних предприятий. А это, в свою очередь, решает проблему сокращения численности субъектов малого предпринимательства в регионе, поскольку совершенствование предпринимательского климата на основе мнения предпринимателей позволит создавать благоприятные условия для их дальнейшего развития.

Библиографический список

1 Беляев Н.В. К вопросу об инфраструктуре поддержки развития малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия / Н.В. Беляев, С. В. Кунев // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей IX Международной научно-практической конференции / Министерство науки и высшего образования РФ, Пензенский государственный университет; под ред. Будиной В.И. – Пенза: Пензен. гос. аграр. ун-т, 2022. – С. 29-32. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_48465740_91711861.pdf

2 Беляев Н.В. Организационно-правовые основы регулирования и поддержки предпринимательства в Республике Мордовия / Н.В. Беляев, С. В. Кунев // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей IX Международной научно-практической конференции / Министерство науки и высшего образования РФ, Пензенский государственный университет; под ред. Будиной В.И. – Пенза: Пензен. гос. аграр. ун-т, 2022. – С. 33-35. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_48465741_17231423.pdf

3 Министерство экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия // MINECO.E-MORDOVIA.RU : Официальный сайт. 2023. URL: <http://mineco.e-mordovia.ru/>.

4 Региональный фонд инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия. – Режим доступа: <https://investfunds.ru/>

УДК 338.23

Сорокин И.А., Кунев С.В. Оценка современного состояния и тенденций развития малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия

Assessment of the current state and development trends of small and medium-sized businesses in the Republic of Mordovia

Сорокин Игорь Анатольевич

АНО ВО «Открытый университет экономики, управления и права», г. Москва

Кунев Сергей Викторович

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва» Россия, г. Саранск

Butorina Tatiana

Open University of Economics, Management and Law, Moscow

Kunev Sergey

«Mordovia state University. N. P. Ogareva» Russia, Saransk

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению динамики количественных показателей развития малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия, а так же факторов на них влияющих. Получены выводы о наличии негативных тенденций в данных секторах региональной экономики, что является следствием деградации демографического потенциала.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, работники, оборот продукции, заработная плата, внешние санкции.

Abstract. The article is devoted to the consideration of the dynamics of quantitative indicators of the development of small and medium-sized businesses in the Republic of Mordovia, as well as the factors influencing them. Conclusions have been drawn about the presence of negative trends in these sectors of the regional economy, which is a consequence of the degradation of demographic potential.

Keywords: small business, medium business, employees, product turnover, wages, external sanctions.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Для оценки эффективности политики региональных органов власти в области поддержки малого и среднего бизнеса, необходимо проанализировать современное его состояние, основываясь на динамику изменений основных показателей деятельности малых и средних предприятий на территории Республики в разрезе нескольких предыдущих периодов.

На территории Республики Мордовия число малых предприятий в 2019-2022 гг. возросло со значения в 20 614 единиц до значения в 20 876 единиц, а число средних предприятий сократилось со значения в 74 единицы до значения в 72 единицы,

возрастая выше исходного значения лишь в 2020 и 2021 годах до 81 единицы. Конечно, определять причинно-следственные связи возрастания или сокращения численности субъектов малого и среднего бизнеса стоит в разрезе их друг от друга.

Если же рассматривать структуру малого и среднего бизнеса, то стоит отметить то, что численность малого бизнеса, включающего в себя еще микропредприятия и самозанятых граждан, имеет куда больший удельный вес, чем средний бизнес. Связано это с тем, что формы организации малого бизнеса являются более простыми и большинству предпринимателей для ведения собственного дела вовсе не требуется переводить своё предприятие из разряда малого бизнеса в средний. Кроме того, формы организации малого бизнеса облагаются меньшей налоговой ставкой со стороны государства, что также повышает их привлекательность в глазах республиканских предпринимателей.

Однако, положительная динамика числа малых предприятий в течение всего анализируемого периода даёт нам право утверждать о том, что в Республике Мордовия возросла деловая активность среди местного населения, а меры государственной поддержки, ориентированные на малый бизнес, являются достаточно эффективным, поскольку интерес граждан к созданию собственного дела только растёт. В случае со средним бизнесом все обстоит в точности наоборот. По каким-то причинам число предприятий среднего размера только сократилось, в связи с чем появляется необходимость определения проблем, с которыми столкнулся средний бизнес в течение анализируемого периода [1].

Для того, чтобы наиболее полно оценить состояние малого и среднего бизнеса на территории Республики Мордовия, необходимо более детально рассмотреть динамику основных показателей деятельности малых и средних предприятий отдельно друг от друга в течение последних четырех лет, что также позволит выявить их основные проблемы и тенденции их развития. Основные показатели деятельности субъектов среднего бизнеса Республики Мордовия представлены на таблице 1.

Таблица 1

Основные показатели деятельности субъектов среднего предпринимательства
Республики Мордовия в периоде 2019-2022 гг. [3]

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Темп прироста 2022/2019 гг., %
Количество предприятий, ед.	74	81	81	72	-2,7
Средняя численность работников, чел.	8359	9377	8938	9718	16,3
Из них, средняя численность работников списочного состава, чел.	8064	9018	8556	9260	14,8
Среднемесячная заработная плата работников, р.	28155	30305	37178	42957	52,6
Оборот средних предприятий (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), тыс. р.	25151519	31124479	34191375	37720751	50
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей), тыс. р.	18424039	22791386	24737873	28341394	53,8

Таким образом, ситуация с динамикой основных показателей деятельности среднего бизнеса в регионе является крайне неоднозначной, поскольку из года в год значение одних показателей возрастает, а других, напротив, - сокращается. По большей степени колебание значений относится к таким показателям как количество средних предприятий и средняя численность работников.

Число средних предприятий в 2019 году равнялось 74 единицам, а в следующих двух периодах, то есть в 2020 и 2021 году, их число возросло в течение двух лет держалось на значении 81 единиц. Однако, уже к концу 2022 года их число снизилось до 72 единиц. Другими словами, число средних предприятий за весь анализируемый период сократилось на 2,7 %. Такое резкое сокращение числа средних предприятий в Республике Мордовия можно обусловить санкционными ограничениями, с которыми столкнулись многие предприятия не только в данном регионе, но и во всей Российской Федерации. Исходя из этой ситуации, связанной с численностью субъектов среднего предпринимательства, можно сказать о том, что абсолютное отклонение за весь анализируемый период составило минус 2 единицы, что является довольно серьёзной проблемой для развития малого и среднего бизнеса на территории Республики.

Ситуация со средней численностью работников, занятых в секторе среднего бизнеса, зарегистрированного на территории Республики Мордовия, обстоит иначе, поскольку своего пикового значения в 9 718 человек данный показатель достиг в 2022 году. Напомним, что 2022 год для всего российского бизнеса являлся кризисным в

связи с обостренной геополитической ситуацией в мире, поэтому такая ситуация кажется довольно интересной с точки зрения причинно-следственных связей. В периоде 2019-2020 годов данный показатель достиг значения 9 377 человек, а прирост составил 11,7 %, что довольно странно, ведь в 2020 году российский бизнес столкнулся с серьёзными логистическими ограничениями в связи с распространением COVID-19. Впрочем, в 2021 году данный показатель снова опустился, но уже до значения в 8 938 человек, а сокращение при этом составило 4,68 %. В 2022 же году показатель начал стабилизироваться и стремительными темпами достигать своего рекордного значения в 9 718 человек, а темп прироста данного показателя за весь анализируемый период составил 16,3 %.

Средняя заработная плата работников, занятых в секторе среднего бизнеса в течение анализируемого периода значительно возросла. В 2019 году данный показатель составлял 28 155 р., а в 2022 году - 42 957 р. Абсолютное отклонение составляет 14 802 р., что для периода, равному четырем годам, является очень серьёзным приростом. Говоря о приросте, стоит отметить, что в процентном соотношении он составил 52,6 %. В течение всего периода значение данного показателя стабильно возрастало, в связи с чем более подробный анализ промежуточных периодов относительно показателя не имеет никакого смысла.

Идентичные друг другу ситуации обстоят с такими показателями как оборот средних предприятий и объём отгружённых товаров собственного производства. Если говорить в общих чертах, то значения данных показателей постепенно начали возрастать, начиная уже с 2019 года. Так, например, в 2019 году оборот средних предприятий в Республике Мордовия составлял 25 151 519 тыс. р., а в 2020 году значение возросло до 31 124 479 тыс. р. В следующем же году, а именно в 2021, значение данного показателя продолжило возрастать и составило 34 191 375 тыс. р., после чего, вплоть до конца 2022 года, медленно, но верно возрастало до 37 720 751 тыс. р. Темп прироста данного показателя за весь анализируемый период составил 50 %. Пропорционально с оборотом средних предприятий объём отгружённых товаров собственного производства в 2019 году составлял 18 424 039 тыс. р., а начиная с 2020 года и заканчивая концом 2022 года, возрастал со значения 22 791 386 тыс. р. до 28 341 394 тыс. р. За весь анализируемый период темп прироста данного показателя составил 53,8 %. Динамика соотношения показателей оборота средних предприятий и объёма отгружённых товаров собственного производства, отражающая тенденцию развития малого бизнеса в Республике Мордовия, отображен на рисунке 1.

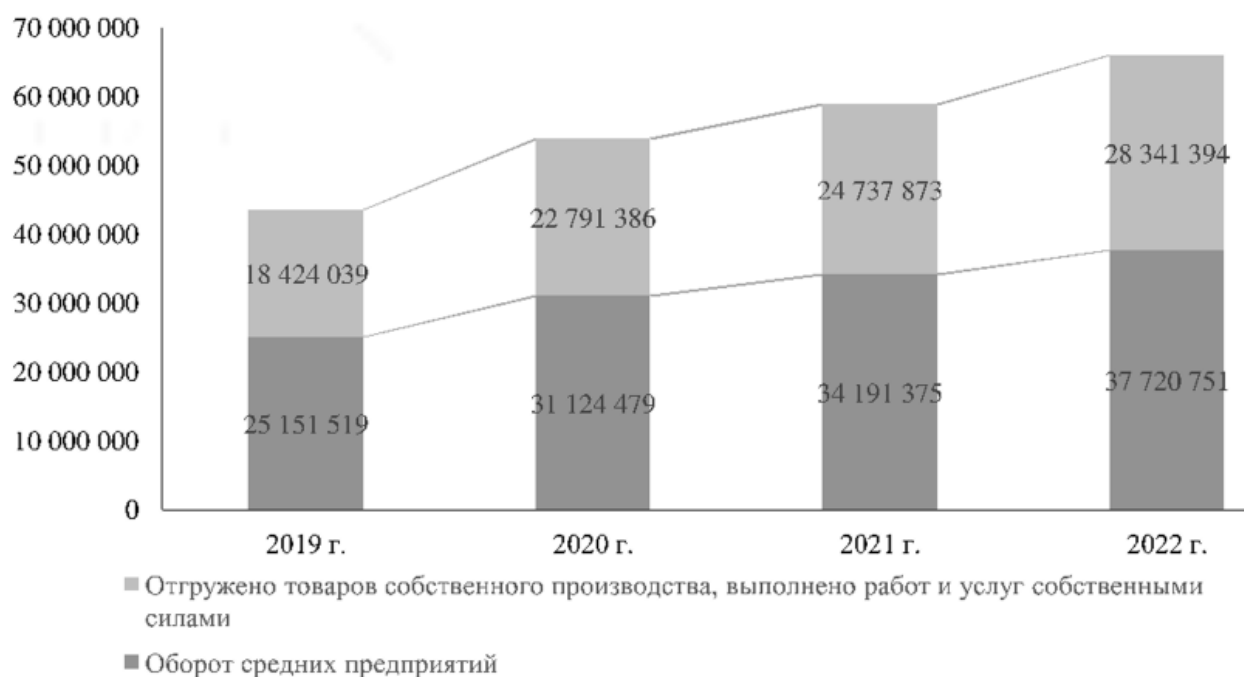


Рисунок 1 - Динамика соотношения показателей оборота предприятий среднего бизнеса и объёма отгружённых товаров собственного производства [3]

Исходя из вышеописанного можно сделать вывод о том, что средний бизнес в Республике Мордовия продолжает наращивать значение всех основных показателей, характеризующих его деятельность, несмотря на то, что число предприятий такого масштаба в рассматриваемом регионе сильно сократилось не только по отношению к предыдущему 2021 году, но и по отношению к первому анализируемому 2019 году. Это говорит о том, что в Республике действительно постепенно формируется благоприятный предпринимательский климат, что позволяет устойчивым предприятиям совершенствовать свою деятельность в долгосрочной перспективе. Кроме того, посредством анализа современного состояния среднего бизнеса в Республике Мордовия, мы выяснили, что одной из проблем, с которыми сталкивается среднее предпринимательство, является сокращение их абсолютного числа.

Переходя к углублённому анализу современного состояния сегмента малого бизнеса на территории Республики Мордовия, стоит отметить то, что в состав малых предприятий обычно включают ещё такие формы организации бизнеса как микропредприятия, индивидуальное предпринимательство и самозанятость [2]. В связи с тем, что такие формы являются наиболее простыми для реализации, они получили широкое распространение среди деловой части населения региона и в значительной степени преобладают над средним бизнесом в общей структуре малого и среднего бизнеса, как по численности, так и по совокупному денежному обороту. Данные,

необходимые для последующего анализа современного состояния малого бизнеса в рассматриваемом регионе, представлены на таблице 1.

Таблица 1

Основные показатели деятельности субъектов малого предпринимательства
Республики Мордовия в периоде 2019-2022 гг. [3]

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Темп прироста 2022/2019 гг., %
Количество предприятий, ед.	20 614	20 052	20 838	20 876	1,3
Средняя численность работников, чел.	25 193	23 142	22 909	22 005	- 12,7
Из них, средняя численность работников списочного состава, чел.	22 971	20 974	20 661	19 588	-14,7
Среднемесячная заработная плата работников, р.	23 657	26 960	31 357	38 244	61,6
Оборот малых предприятий, тыс. р.	65 536 922	66 784 443	79 137 502	86 708 038	32,3
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами, тыс. р.	38 430 179	38 632 621	42 418 732	50 735 359	32

Таким образом, оборот малых предприятий за анализируемый период, равный четырём годам, значительно возрос. Если в 2019 году данный показатель находился в пределах значения 65 536 922 тыс. р., то уже в 2020 году данный показатель возрос на 1 247 521 тыс. р., достигнув значения в 66 784 443 тыс. р. В следующем году, а именно в 2021, данный показатель возрос ещё на 12 353 059 тыс. р., что на 890,2 % больше прироста за период 2019-2020 годов. В 2021 году показатель оборота малых предприятий достиг значения в 79 137 502 тыс. р., что в условиях трудностей, связанных с распространением вируса COVID-19, является довольно хорошим результатом. На фоне таковой статистики можно также предположить, что новые реалии жизни послужили неким катализатором для возрастания предпринимательской активности среди местного населения. В 2022 году оборот малых предприятий по отношению к значению данного показателя в предыдущем году составил 86 708 038 тыс. р., что на 7 570 536 тыс. р. выше значения в 2021 году. Если проводить сравнение между объемами оборота малых предприятий в первом и последнем годах анализируемого периода, то

можно сделать вывод о том, что темп роста составил 132,3 %, а темп прироста - 32,3 %, что является довольно позитивной тенденцией для развития малого бизнеса в рассматриваемом регионе.

Касательно объёма отгружённых товаров собственного производства и выполнения работ можно сделать аналогичное утверждение, поскольку в 2019 году, который является базисным для анализа, значение данного показателя составляло 38 430 179 тыс. р., а уже в 2020 году его значение составило 38 632 621 тыс. р. Прирост, относительно значений в других периодах, небольшой, но благодаря параллельности роста объёмов поставленной продукции и денежного оборота можно сделать вывод о том, что в течение всего анализируемого периода малые предприятия стали больше производить и больше продавать, что положительно отразилось не только на предпринимательском климате региона, но и на инвестиционном. Таким образом, уже в 2022 году объём отгружённых товаров собственного производства и оказания услуг малыми предприятиями достиг значения в 50 735 359 тыс. р., темп роста за весь анализируемый период составил 132 %, а темп прироста - 32 %.

Итак, темп роста оборота малых предприятий за весь анализируемый период составил 132,2 %, а объёма отгруженных товаров собственного производства - 132 %. Данные показатели являются практически идентичными друг другу, а если учитывать еще и то, что оба анализируемых показателя являются взаимосвязанными, то вывод о том, что малые предприятия Республики Мордовия в течение четырёх лет стали больше производить и продавать начинает иметь куда большее значение для всего анализа современного состояния малого и среднего бизнеса в регионе. Динамика соотношения показателей оборота малых предприятий и объёма отгружённых товаров собственного производства, отражающая тенденцию развития малого бизнеса в Республике Мордовия, отображен на рисунке 2.

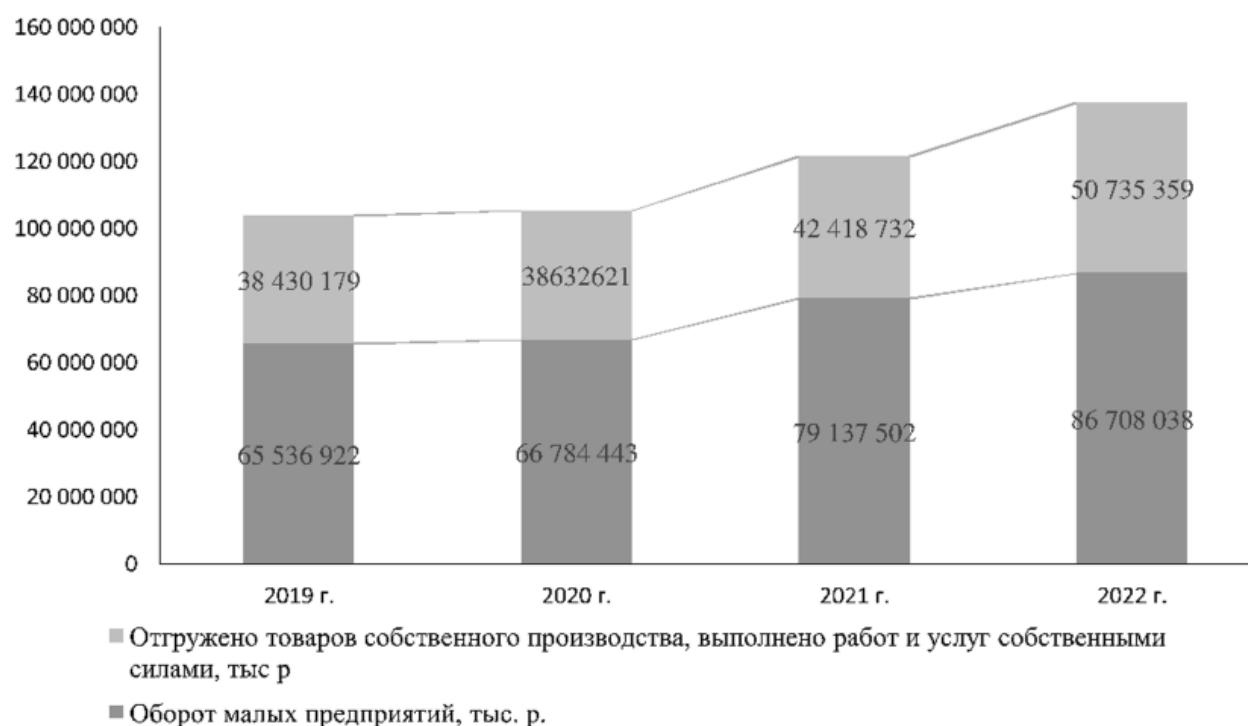


Рисунок 2 - Динамика соотношения показателей оборота предприятий среднего бизнеса и объёма отгружённых товаров собственного производства [3]

Количество предприятий малого масштаба за весь рассматриваемый период стабильно держалось в диапазоне между 20 000 единиц до 21 000 единиц, чего нельзя сказать о средней численности работников, занятых в сегменте малого бизнеса. Их численность в 2019 году составляла 25 193 чел., а в 2021 году сократилась на 2 051, в связи с чем численность стала равняться 23 142 чел. Сокращение данного показателя на 2 051 чел. имеет куда больше экономических и социальных последствий, чем сокращение других показателей, по причине того, что какая-то часть из этих людей могла остаться без места работы. В 2021 году данный показатель сократился уже на 233 чел., а сама численность работников составила 22 909 чел., что, в свою очередь, продолжает негативную тенденцию в сегменте малого бизнеса. В 2022 году численность работников составила уже 19 588 чел., а темп роста - 85,3 %. Из всего этого вытекает ещё одна серьёзная, а именно сокращение занятости населения в сфере малого и среднего бизнеса. Причин этому может быть множество, но самыми очевидными из них могут являться отток населения из региона и нехватка квалифицированных сотрудников.

Несмотря на то, что в течение последних лет количество малых и средних предприятий, а также их ежегодный денежный оборот возрастают, предпринимательство в регионе сталкивается с рядом проблем, препятствующих его

более активному развитию. Их можно разделить на внешние, которые напрямую зависят от геополитических условий и уровня развития международных экономических отношений, и внутренние, первопричиной которых является экономическая, правовая и политическая ситуация в стране и регионе.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что положительная тенденция в развитии малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия не лишена проблем, с которыми сталкиваются непосредственно субъекты малого и среднего предпринимательства и государство. Среди таковых проблем можно выделить:

- санкционные ограничения;
- сокращение числа средних предприятий;
- нехватка квалифицированных специалистов.

Если последние две проблемы являются внутренними и могут быть решены вне зависимости от мировой обстановки, то первая является внешней и диктует свои условия для всего малого и среднего бизнеса в стране, в связи с чем система государственной поддержки малого и среднего бизнеса должна подстроиться под условия санкционных ограничений.

Библиографический список

1 Беляев Н.В. К вопросу об инфраструктуре поддержки развития малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия / Н.В. Беляев, С. В. Кунев // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей IX Международной научно-практической конференции / Министерство науки и высшего образования РФ, Пензенский государственный университет; под ред. Будиной В.И. – Пенза: Пензен. гос. аграр. ун-т, 2022. – С. 29-32. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_48465740_91711861.pdf

2 Беляев Н.В. Организационно-правовые основы регулирования и поддержки предпринимательства в Республике Мордовия / Н.В. Беляев, С. В. Кунев // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей IX Международной научно-практической конференции / Министерство науки и высшего образования РФ, Пензенский государственный университет; под ред. Будиной В.И. – Пенза: Пензен. гос. аграр. ун-т, 2022. – С. 33-35. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_48465741_17231423.pdf

3 Мордовия: Стат. ежегодник / Мордовиястат. - Саранск, 2022. – Режим доступа: https://13.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%B5%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2022.pdf

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

UDC 33

Borbasova Z.N., Omarova A.S. The main directions of development of interactive marketing in the activities of a tourist enterprise

Borbasova Z.N.,

PU Karaganda University of Kazpotreboysuz, Karaganda, Kazakhstan

Omarova A.S.

L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Abstract. *Marketing has evolved in recent decades, with the employment of non- traditional, innovative tactics becoming more common. The situation altered with the introduction of the Internet, which has served as a catalyst for the expansion of technology's involvement in the world around us. The Internet has pushed humanity to speed up data interchange, make information more accessible, and permanently alter people's behaviour. Because the international market for products and services is currently undergoing globalisation, as evidenced by the widespread availability and use of digital technology, traditional marketing tactics no longer produce the same outcomes.*

All of this resulted in the emergence of a new branch of marketing known as interactive marketing, which allows businesses to take advantage of the advantages of digital technologies in the selling of goods and services. Interactive marketing is a powerful tool in strategic enterprise management because it is more cost-effective than traditional marketing, allows to learn more about customers, increases customer involvement in the sales process, provides higher incomes and returns on investment, allows to profitably stand out from competitors with the right approach, and allows to win customers' trust by maintaining a positive image.

Keywords: *interactive marketing, tourism, customer, marketing activities, consumer.*

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

The tourism industry is currently experiencing some difficulties. One of the issues is the usage of outdated marketing strategies or a refusal to advertise their firm at all. As previously stated, information technology is continuously growing, with new, improved devices appearing every day, numerous applications to aid in work, social networks gaining traction, and commerce migrating online, all of which have a good impact on society.

The interactive marketing plan of a travel agency has several objectives:

- determines the directions in which the travel agency's marketing activities should be built and developed (sales territories, types of tourism, sales volumes, etc.);
- connects marketing goals to the travel agency's overall objectives;
- forces the company to proceed from the current market situation for tourist services;
- assists in the correlation of marketing costs with financial and material capabilities.

This way of developing and marketing a tourism product is particularly effective when dealing with corporate clientele. A growing number of businesses are attempting to be more socially conscious. As a result, the planning of collective leisure for employees at the expense of organisations and enterprises maintains Kazakhstan's good traditions.

In recent years, people use Instagram to search for information several times more often than Yandex or Google. As a result, the profile of the company becomes its hallmark. To begin with, an Instagram promotion package will be presented, which was built after identifying and correcting the company's shortcomings.

Secondly, the purpose of an Instagram account is to “hook” a visitor and turn them into a follower and then a purchase, so they need to grab the attention of the person who clicked on the business account within the first few seconds. To the visitor, every visual information available on a travel agency profile should explain the history of the company. To some extent, this helps to achieve uniformity in the design of the profile. An experienced designer can help with this. After that, sample accounts with a single style will be provided [1].

If company uses all of these strategies, it may easily locate target market and increase sales. When these tactics are combined with offline marketing, the number of clients can be doubled. After all, remember that the company's authority is based on the personnel in the workplace. If they don't want to engagewith clients on social media and advertise that their firm is "the greatest" and thattheir personnel are "professionals," the company will eventually fail. In any event,each form of promotion necessitates the hiring of specialists, which comes at a considerable cost, not only in terms of their salaries, but also in terms of the advertising budget. It's important to remember that the sooner a corporation gets a skilled specialist, the less money it'll lose.

The site's revamp is the third point. The site's goal is to convert visitors into customers. The website should be simple to navigate and understand. The first screen should include a travel agency logo, information sections, and all text on the main screen should be on the left; it is preferable if the text is presented as an offer - a profitable offer. Consider some examples of the correct compilation of the site and social networks.

The site should include a block with customer reviews, always with images of customers, in order to increase customer confidence in the organization. It is also worth including a block with the team, corporate directors and facility managers. The visitor sees the faces, team and descriptions of each employee, which gives him confidence.

Add a Benefits section to your site, among other things. Some of the most important benefits of a travel firm need to be considered.

“Leave a request”, “order”, “request a consultation” and other similar blocks, the most responsible on the site. This is a form that needs to be filled out. The form serves as a means of communication with the firm. A potential client will simply close the site and look for another

travel agency if he does not notice it on the site.

In the fourth promotion point, you can specify the launch of targeted advertising on the Instagram social network. A highly qualified specialist will do this correctly, his work involves:

- definition and analysis of the target audience;
- analysis of the market and competitors;
- building an advertising layout for each target audience;
- launching targeted advertising on Instagram through a Facebook account;
- analytics.

- placement of the site in the Yandex catalog. One of the many well-known search engines is Yandex. If you ensure that the resource is reviewed by Yandex administrators and added to the catalog, you can expect an increase in traffic, which will help with promotion.

First of all, there is an increase in the number of materials created by users.

Most people take a tour package vacation at least once a year. If a first visit to a travel agency is usually random, a second visit is contingent on how attentive the travel agency is to the visitor's needs. The visitor's primary requirement is for the company to pay attention to them. If the client has previously utilized the services of a travel agency, the employee may request his permission to send him promotional travel mailings "maybe you will like anything".

Thus, the travel company gets the opportunity to show constant (but not intrusive) Attention to its client, reporting:

- About new tours and routes;
- About tourist trips for Christmas or New Year;
- About new prices in hotels, about discounts for accommodation or travel;
- About discounts for "hot" tours and about other tourist novelties that may be of

interest to the client [2].

A webinar is a video conference that takes place live. It is held to showcase tourism-related products. A webinar features a speaker (or two or three), as well as an audience. Because the programmes are transmitted to a vast audience, the speaker usually does not see the audience and communicates with them via chat. An online conference and a live stream are comparable but not identical to a webinar.

Table 1

Types of online events

	Webinar	Web conference	Online streaming
Who can speak?	Host	Any participant	Host
How participants ask questions?	In chat, less often by voice if the host gives permission	Voice	Chat or not
When used	To teach or sell a product	When something needs to be discussed, such as a task or budget	To show production or product presentation
Is there a record	Usually there	Usually no	May be
<i>Note – compiled by the author</i>			

The webinar is used for sales: they offer to buy the product in plain language and accept applications, and they demonstrate not only the features, but also scenarios for how to utilize the product. There are two types of webinars: selling and non-selling. Because every webinar that mentions a product sells, this separation is conditional. Clients that visit selling webinars are encouraged to take a certain action, like as submitting a request or placing an order. Non-sales personnel assist clients in learning how to use the goods they have purchased or in raising brand awareness.

A webinar usually consists of three blocks: greetings, content and answers to questions. Greetings is a short block at the beginning of the broadcast, which is needed to check the quality of the connection, introduce the speakers, tell how the webinar will be useful to the viewer, and show the plan of the online meeting.

The content part is the largest block. Reveals the topic of the webinar: conduct training or product presentation.

Q&A is the final block of the webinar. During the broadcast, participants can ask questions in the chat - they gather and at the end answer the most popular or important from a business point of view. The structure of a selling webinar is different from the classic one. It has a sales window: a separate time for collecting applications or payments. Usually this block goes at the end of the content part. All webinar blocks are accompanied by a presentation [3].

Thus, using these tools, the company can develop interactive marketing. These types of interactive marketing not only build close and strong relationships with customers, but also move the business forward. Interactive marketing tools are especially important for a travel company. Because it helps to establish direct contact with tourists. Society is changing as new professions emerge, jobs expand, and new income opportunities emerge. When creating an Internet platform to increase service consumption, it's important to remember that the research done allows to present its description in the form of a system that serves as the foundation for the creation of an information and communication platform, allows to quickly

create tours, and is made up of the following components:

1) an interchange of individual service offers - formalization of the tourist information space

2) tour designer - a service integration tool;

3) Tour adaptations that take into account tourist profiles [4].

It is required to develop an integrated system that includes not just individual tourism market participants' information systems, but also user information spaces (tourists). The creation of such an integrated system faces the same challenges as the creation of distributed information systems from heterogeneous elements, namely:

1. It must first and foremost meet the requirements of complexity and consistency, covering the majority of market participants and it must meet the requirements of flexibility and consistency, covering the majority of market participants.

2. In such a model, information is spread and can be very precisely structured at each node and thread. The modularity of the structure, which predetermines such an important quality as adaptability, which permits, for example, flexible response to changes in legislation, puts forward another significant criterion - the grouping of nodes and flows into subsystems.

3. The system must meet the scalability (i.e. expansion) and openness requirements (i.e. ease of development). These specifications must be met while developing any modern distributed system.

4. The system is heterogeneous (that is, it must support the interaction of various information systems from different organizations, developed on different machines, using different programming languages, and running on different computer platforms (operating systems, hardware, and so on). When the components of a distributed information system are heterogeneous but can work together as a whole, the components are said to be interoperable.

5. The system must also be able to duplicate components on various computers, increasing the failure tolerance of such systems dramatically.

6. Any big-scale system storing a large amount of data requires a high level of security.

7. A necessity is simplicity of learning, which includes both an intuitive interface and clear documentation, as well as possibilities for staff training.

8) Developer support, which may include:

- free or significant discounts on new software versions;
- methodological literature transmission;
- hotline consultations;
- the option to attend developer-sponsored seminars and other activities

9) assistance, particularly in the event of non-standard conditions requiring immediate

involvement by the development business [5].

Given the specialization of the company and its status as a travel agent and tour operator, the marketing department should pay special attention to researching the target audience. For marketers, it is crucial to determine the range of potential consumers of the company, their requirements and wishes, financial opportunities, and then determine the set of actions aimed at attracting and retaining them.

Although the basic tools of internet marketing are believed work, it is most successful to employ them in tandem. Complex Internet marketing can be implemented at a business with the help of:

1. Hiring an Internet marketer is this will instantly improve the company's marketing efforts, but finding a professional takes time, and there are no assurances that the company will get the required results.

2. For an Internet marketing agency, this will ensure that results are guaranteed, as evidenced by the contract and statistics; additionally, not just one specialist, but an entire team will work on promotion.

For the effectiveness of Internet marketing, is invited to do both web development (create a website) and Internet promotion, for this it is necessary to consider which Internet marketing tools will be involved.

1. Contextual and banner advertising (this also requires a Landing page).

2. Optimization for search engines (quality content is needed: blog, content marketing).

3. Promotion of SMM (communities in social networks). It has a price list for the services of the Internet agency [6]. The project's implementation expenses are outlined in Table 2.

Table 2

Project implementation costs

Name	Price
Web-site, tenge	300 000
Sales page, tenge	60 000
Domain registration, tenge/year	6 000
Hosting cost, tenge/year	36 000
Website promotion, tenge/year	432 000
Contextual advertising, tenge/year	150 000
SMM promotion, tenge/year	468 000
Total	1 452 000
<i>Note – compiled by the author</i>	

According to the Internet firm site traffic ranges from 2,500 to 20,000 visits each year, with an average of 11,250 visits. At the same time, the greatest conversion rate is 30%, while the average conversion rate is 10%. That is, 10% of all site visitors will take any specified action (purchase, registration, subscription, visiting a specific page, clicking on an advertisement link, etc.) and will become potential consumers of the company. As a result, the average number of potential clients each year who can be recruited using Internet marketing tools may be calculated:

$11,250 * 0.1 = 1,125$ potential customers

The cost of hosting and organizing a webinar

The main costs of preparing an online seminar:

1. Webinar space rental

2. Lecturer fee

3. Presentation order

4. Webinar Advertising

1. Webinar space rental:
The fare for 150 people varies from \$20 to \$250. The price of a webinar depends on the functionality of the service, the quality of the broadcast, the number of possible participants, and a number of other factors.

2. Lecturer fee:

Prices may vary, usually the fee is \$70-120. It depends on the "title" of the lecturer, his achievements and work experience in the relevant field. On average, an adequate price is \$100 for 1 hour of broadcasting. For this money, the tutor prepares an interesting program and conducts a webinar taking into account the goals and wishes.

3. Presentation order

An effective webinar should always include a quality presentation. It is simply necessary for a visual demonstration of the tutor's speech, so that the audience can

visually perceive the information received. Creating a good set of slides is a time-consuming task and takes from 10 to 20 hours. The average cost for such work is \$60.

4. Webinar Advertising:

To get the maximum effect from the webinar, will need to gather as many people as possible for it. There are several most effective ways to promote webinars. To estimate the budget, need e-mail newsletter, advertising in social networks and contextual advertising.

E-mail newsletter: The price may vary depending on the service use and the size of the subscription base. On average, for 1000 addresses, the price is about \$10.

Advertising in social networks. There is a wide range of prices here.

Placing an advertising post on popular public pages (500,000 - 4,000,000 members) VKontakte for 24 hours is from \$50 to \$200. But keep in mind that every minute the post will go down, because the tape does not stand still. Pinning to the top of the page for a couple

of hours can cost \$500. On average, the cost of advertising on social networks is \$100.

Contextual advertising:

There are a large number of services of this type of advertising, but it is recommended to pay attention to the two most popular resources - Google Adwords and Yandex Direct.

They have a lot of features that will help create a successful advertising campaign. Here can select the necessary keywords, choose the optimal cost per click, and much more. The cost of a click, depending on the subject, can be estimated at \$0.03-\$20. In advertising agencies, the minimum recommended budget for this direction is \$200. The service of setting up and managing contextual advertising will cost about another \$60. However, it should be noted that this is a conditional amount, because it is extremely difficult to calculate the budget for this area.

Final count

The cost of creating and promoting a webinar is approximately \$580 (it is 251 619,78 tenge).

Table 3

The total cost of the webinar

1	Webinar space rental	50 \$
2	Lecturer fee	100 \$
3	Order presentation	60 \$
4	Advertising of the webinar	370 \$
	Total	580 \$
<i>Note – compiled by the author</i>		

With proper promotion, the webinar will bring together 30-80 people. Sometimes more, some seminars boast an audience of 300-800 people. But it needs stop at the real figure is 50 people. Now on the market, the average cost of a webinar is about \$25. To multiply $50 \times 25 = \$1250$.

Table 4

Profit from webinar

Expenses:	\$580	251000 tenge
Income:	\$1250	542284 tenge
Profit:	\$670	289000 tenge
<i>Note – compiled by the author</i>		

The expenses of the webinar are 580 \$, it is 251 000 tenge. The income from it 1250 \$ and it will be 542 284 tenge. The profit of the webinar will be approximately 670 \$ or 290 664 tenge. It is a good income for the travel company.

A tourism product, which is a complex of services and goods, tangible and intangible goods and resources designed for tourist consumption, is summarized using data from the modern tourism market. Consumers of the tourism industry (tourists, travel agencies, tour operators, and so on) are increasingly using the Internet to conduct their business. The client uses the network to look up information about travel companies, countries, and specific services. In this sense, the travel company must establish an Internet platform in order to increase the sale of services.

In conclusion, in a travel agency, marketing activities are carried out as a sum of all phases assumed within the scope of such management - analytical, stages of developing a marketing policy, organizing the promotion and sale of a tourist product, and subsequent control. Their development is carried out by marketing department specialists in consultation with the company's director and under his direct supervision and direction. The analytical stage entails doing marketing research, which serves as a foundation for the travel agency's following marketing activity planning. A medium or short-term marketing plan for a travel agency is created during the planning stage. The development of measures and procedures for the formation, promotion, and effective marketing of the tourist product occurs during the implementation stage of the marketing plan. The control stage entails the implementation of the marketing control function, which is essential for marketing management in any firm.

References

- 1 Traispayeva M. A. Review of the Travel and Tourism Competitiveness Index// Results of Kazakhstan. Kazakh Tourism NC JSC, PR and Marketing Department. - 2017. – P. 45 - 59.
- 2 Gulyaev A.K. Organization of tourism activities: textbook. – M.: Infra, 2014. - 415 p.
- 3 Zhukova M. A. Tourism industry: organization management: textbook. – M.: Finance and statistics, 2017. - 200 p.
- 4 Sultanova T. Report of Tourism in the Republic of Kazakhstan // The Journal of Articles. Travel Business. - 2019. - № 1 (123). - P. 45 - 56.
- 5 B. Akisheva A.S. The impact of sustainable tourism on the economy // Bulletin of ENU. Economic series. – 2021. – № 1 – P.201 – 207. – URL <http://bulecon.enu.kz/article/archive/view?id=the-impact-of-sustainable-tourism-on-the-economy> (accessed 25.03.2022)
- 6 Madyarova T. Importance of state regulation of the tourism industry In the Republic of Kazakhstan // Scientific Publications of Kazakh National University named after Al-Farabi. – 2021. - № 1 (121). - P.75 - 79.

УДК 338.22

Бушмелева Г.В., Саитова Ю.В. Разработка управленческого инструмента учета контрагентов

Development of a management tool for accounting for counterparties

Бушмелева Г.В.

канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления организацией
Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова
(г. Ижевск, Россия)

Саитова Ю.В.

магистрант кафедры экономики и управления организацией
Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова
(г. Ижевск, Россия)

Bushmeleva G.V.

Ph.D. econ. Sciences, Associate Professor, Department of Economics and Organizational
Management

Izhevsk State Technical University named after M.T. Kalashnikov
(Izhevsk, Russia)

Saitova Yu.V.

Master's student at the Department of Economics and Organization Management
Izhevsk State Technical University named after M.T. Kalashnikov
(Izhevsk, Russia)

Аннотация. В статье рассматривается эффективная организация учета контрагентов в системе управления денежными потоками малого предприятия, которая основывается на контроле дебиторской и кредиторской задолженности. В ходе исследования были выявлены проблемы и нарушения при отражении расчетных операций в системе бухгалтерского учета и анализа. Были разработаны мероприятия по их устранению. Роль учета и анализа подтверждается как основных инструментов системы управления расчетными операциями с контрагентами. Исследование проведено на примере юридических лиц.

Ключевые слова: учет и контроль, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, прогноз безнадежной задолженности.

Abstract. The article discusses the effective organization of accounting for counterparties in the cash flow management system of a small business. It is based on the control of receivables and payables. In the course of the study, problems and violations were identified in the reflection of settlement transactions in the accounting and analysis system. Measures have been developed to eliminate them. The role of accounting and analysis is confirmed as the main tools of the system for managing settlement transactions with counterparties. The study was conducted on the example of legal entities.

Keywords: accounting and control, accounts receivable, accounts payable, bad debt forecast.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

В процессе изучения работы, мы изучили информацию по оценке системы организации управления дебиторской и кредиторской задолженностью малых предприятий и выявили следующие проблемы: нерегулярные сверки расчетов с поставщиками и покупателями, а также несвоевременное поступление первичных документов в бухгалтерию, что приводит к использованию копий документов вместо оригиналов.

Эти проблемы приводят к нарушениям в отражении расчетных операций в системе бухгалтерского учета малых предприятий, таких как несвоевременное отражение первичных документов в регистрах бухгалтерского учета и использование копий документов вместо оригиналов. Кроме того, возникают различия в величинах задолженностей у покупателей и поставщиков в сравнении с данными, отраженными в системе бухгалтерского учета.

Совершенствование организации бухгалтерского учета и устранение недостатков возможно с помощью реализации следующих мероприятий:

1) создать систему эффективного внутреннего контроля операций по расчетам с дебиторами и кредиторами;

2) разработать и утвердить в приказе об учетной политике график документооборота. Для реализации первого мероприятия необходимо обеспечить систематическое проведение следующих контрольных процедур главным бухгалтером или лицом, на которого возложены данные полномочия:

- проверку правильности заполнения первичной учетной документации;
- контроль за соблюдением сдачи первичных документов в бухгалтерию согласно графику документооборота;
- проверку своевременности и правильности регистрации первичных документов в бухгалтерскую автоматизированную программу;
- проведение сверки расчетов с покупателями и поставщиками ежеквартально, а не раз в год;
- контроль соответствия данных аналитического учета оборотам и остаткам по счетам синтетического учета;
- проверка соблюдения договорной дисциплины при расчетах с покупателями и поставщиками (своевременное выявление величины безнадежной и сомнительной дебиторской задолженности);
- проверку правильности отражения конечного сальдо по дебиторской и кредиторской задолженности в бухгалтерской (финансовой) отчетности;
- проверку платежеспособности контрагентов предприятия (предварительную проверку дебитора на начальном этапе сотрудничества);

– проверку контрагентов в специальных программах, где можно посмотреть действующая ли вообще организация, дату создания организации, следовательно определить сколько лет она существует, не находится ли она в стадии ликвидации или не проходит ли она процедуру банкротства, сколько юридических лиц числится за генеральным директором (часто большое количество юридических лиц на одном генеральном директоре может свидетельствовать о «фирме-однодневке»), сдает ли организация отчетность, есть ли у нее государственные заказы, какой у нее уставный капитал. Так же часть описанной информации о контрагенте можно получить из выписки из ЕГРЮЛ.

В целях устранения проблемы несвоевременного поступления первичных расчетных документов предлагаем внедрить систему электронного документооборота. Внедрение системы электронного документооборота (ЭДО) позволит: автоматизировать работу отдела по работе с клиентами и поставщиками; исключить ошибки при расчете сумм при оформлении заявки от покупателей; автоматизировать получение готового технического задания, между всеми отделами малого предприятия и заказчиком услуги; синхронизировать передачу информации бухгалтеру для отражения ее в системе бухгалтерского учета.

После внедрения ЭДО менеджер будет быстрее составлять сметы, оформлять договоры, появится возможность формирования отчетности для руководства и бухгалтерии, а благодаря доступу к программе всех подразделений предприятия, информация о каждом заказе покупателя станет доступна всем заинтересованным подразделениям¹⁰¹¹. Для внедрения ЭДО в деятельность малого предприятия рекомендуем модульный подход, который подразумевает пошаговое внедрение системы. Модульный подход позволяет практически с самого начала вовлечь сотрудников в работу, учитывать их замечания и пожелания на каждом последующем этапе – тем самым снизить риск возникновения лишних трудозатрат. Данный вариант внедрения предполагает использование возможностей типового механизма и некоторые среднестатистические ограничения.

Для установления контроля над дебиторской задолженностью все сказанное должно быть утверждено организацией во внутреннем регламенте о контроле и управлении дебиторской задолженностью, где будут определены порядок работы с

¹⁰ Макаренко Е.Н., Лабынцев Н.Т., Хахонова Н.Н., Богатая И.Н., Алексеева И.В. и др. Бухгалтерский учет и контроль в различных секторах экономики: монография. Ростов-н/Д: 2020. 576 с.

¹¹ Пинчук Е.П., Макаренко И.В. Системный подход к анализу и оценке дебиторской задолженности организации // Системное управление. 2013. № 4. С. 26.

долгами, процедуры по взысканию долга, проверка контрагентов и назначены ответственные за это лица¹².

Для улучшения методических подходов к анализу дебиторской и кредиторской задолженности малых предприятий предлагается расширить информационную базу. Для этого можно использовать аналитические таблицы, которые позволят проводить более полный анализ. Для определения вероятности безнадежных долгов в группах по срокам возникновения задолженности можно использовать экспертные оценки или накопленную статистику.

Анализ дебиторской и кредиторской задолженности с помощью таблицы проводится для оценки деятельности организации за текущий период. Это позволяет выявлять эффективность сотрудничества с клиентами-дебиторами и поставщиками-кредиторами, которые могут влиять на общие результаты деятельности организации как положительно, так и отрицательно. Аналитические таблицы заполняются на основании договоров и данных бухгалтерского учета (например, оборотно-сальдовой ведомости по счетам 60.02 «Расчеты по авансам, выданным», 62.01 «Расчеты с покупателями и заказчиками»). На величину дебиторской и кредиторской задолженности предприятия влияют: общий объем продаж и покупок и доля в нем реализации на условиях последующей оплаты; условия расчетов с покупателями и поставщиками; платежная дисциплина; состояние бухгалтерского учета, обоснованность проведения инвентаризации, наличие эффективной системы внутреннего контроля; качество анализа дебиторской и кредиторской задолженности и последовательность в использовании его результатов¹³¹⁴.

Применение аналитических таблиц при анализе дебиторской и кредиторской задолженности позволяет улучшить качество анализа и предоставляемой на его основе аналитической информации для принятия управленческих решений по ускорению оборачиваемости задолженности и повышению деловой активности предприятия.

Организация этапов работ в ходе анализа дебиторской задолженности требует четкого понимания цели и задач анализа, распределения обязанностей между

¹² Глущенко А.В., Худякова А.С. Система обеспечения качества аудита: монография. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2010. 202 с.

¹³ Глущенко А.В., Захарова Л.С. Совершенствование управленческого учета на основе сегментации деятельности агрохолдинга // Международный бухгалтерский учет. 2015. №35 (377). С. 15–24.

¹⁴ Булатова А.В. Учет, анализ, аудит дебиторской и кредиторской задолженности / Actualscience. 2019. Т. 2. № 2. С. 84–88.

исполнителями и координаторами работ, а также определения периодичности, последовательности и сроков проведения анализа ¹⁵¹⁶.

Для повышения эффективности управленческих решений и оптимизации объемов задолженности, руководство предприятия может применять разработанные мероприятия, которые помогут улучшить качество проводимого анализа и предоставляемой аналитической информации¹⁷.

Повышение качества проводимого анализа и предоставляемой аналитической информации для руководства предприятия может быть достигнуто при применении разработанных мероприятий. Это, в свою очередь, позволит увеличить эффективность принимаемых управленческих решений и в конечном итоге оптимизировать объемы возникающей задолженности.

Библиографический список:

1. Булатова А.В. Учет, анализ, аудит дебиторской и кредиторской задолженности / Actualscience. 2019. Т. 2. № 2. С. 84–88.
2. Глущенко А.В., Худякова А.С. Система обеспечения качества аудита: монография. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2010. 202 с.
3. Глущенко А.В., Землянская Е.П. Методика формирования сегментной управленческой отчетности о рентабельности взаимодействия агрохолдинга с покупателями // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2015. № 4 (33). С. 255–267.
4. Глущенко А.В., Буханцев Ю.А. Комплексная система учета, анализа и контроля расчетов с контрагентами: монография. Волгоград: Сфера, 2019. 152с.
5. Глущенко А.В., Захарова Л.С. Совершенствование управленческого учета на основе сегментации деятельности агрохолдинга // Международный бухгалтерский учет. 2015. №35 (377). С. 15–24.
6. Клычова Г.С., Закирова А.Р., Клычова А.С., Гимадиев И.М. Развитие методики внутреннего контроля расчетных операций // Международный бухгалтерский учет. 2021. Т. 24. № 1 (475). С. 94– 114.
7. Макаренко Е.Н., Лабынцев Н.Т., Хахонова Н.Н., Богатая И.Н., Алексеева И.В. и др. Бухгалтерский учет и контроль в различных секторах экономики: монография. Ростов-н/Д: 2020. 576 с.
8. Пинчук Е.П., Макаренко И.В. Системный подход к анализу и оценке дебиторской задолженности организации // Системное управление. 2013. № 4. С. 26.

¹⁵ Клычова Г.С., Закирова А.Р., Клычова А.С., Гимадиев И.М. Развитие методики внутреннего контроля расчетных операций // Международный бухгалтерский учет. 2021. Т. 24. № 1 (475). С. 94– 114.

¹⁶ Глущенко А.В., Землянская Е.П. Методика формирования сегментной управленческой отчетности о рентабельности взаимодействия агрохолдинга с покупателями // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2015. № 4 (33). С. 255–267.

¹⁷ Глущенко А.В., Буханцев Ю.А. Комплексная система учета, анализа и контроля расчетов с контрагентами: монография. Волгоград: Сфера, 2019. 152с.

УДК 336.2

Смородина Е.А. Проблемы налогообложения самозанятых граждан в России

Problems of taxation of self-employed citizens in Russia

Смородина Елена Анатольевна,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита,
Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург
Smorodina Elena Anatolyevna,
candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance,
Monetary Circulation and Credit,
Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Аннотация. В данной статье мы рассмотрим основные проблемы, с которыми сталкиваются самозанятые граждане в России при налогообложении. Мы проанализируем сложности, возникающие при определении доходов и уплате налогов, а также рассмотрим меры, которые можно предпринять для упрощения этого процесса. Кроме того, мы обсудим возможные изменения законодательства по налогообложению самозанятых граждан и определим перспективы развития этой формы занятости в России.

Ключевые слова: самозанятость, платежеспособность, налоговое регулирование, налогообложение, налоговые ставки, налоговые доходы бюджета.

Abstract. In this article we will look at the main problems faced by self-employed citizens in Russia with taxation. We will analyze the difficulties that arise in determining income and paying taxes, as well as consider measures that can be taken to simplify this process. In addition, we will discuss possible changes in the legislation on taxation of self-employed citizens and determine the prospects for the development of this form of employment in Russia.

Keywords: self-employment, solvency, tax regulation, taxation, tax rates, budget tax revenues.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Введение

В последние годы самозанятость стала популярной формой работы для многих граждан России. Это связано с развитием цифровой экономики и возможностью заработка в интернете. Однако, несмотря на все преимущества этой формы занятости, самозанятые граждане сталкиваются с рядом проблем, особенно в области налогообложения.

Одна из ключевых проблем – сложности с уплатой налогов. В отличие от официально трудоустроенных работников, самозанятые граждане не имеют постоянного дохода и часто сталкиваются с непредсказуемостью в своей работе. В таких условиях определение и уплата налогов может оказаться сложной задачей. Кроме того, разные ставки налогов для самозанятых лиц в России создают дополнительные препятствия для развития этой формы занятости. Необходимость

уплаты больших сумм налогов может оттолкнуть многих желающих начать работать как самозанятым. Кроме того, некоторые предприниматели предпочитают скрывать свой доход и не платить налоги, что приводит к недостаточному поступлению средств в государственный бюджет. В такой ситуации становится важным разработка и внедрение удобной системы налогообложения самозанятых граждан, которая будет способствовать их легализации и формированию честной конкуренции на рынке труда.

В научных исследованиях, связанных с налогообложением самозанятых граждан в России рассматриваются различные аспекты совершенствования налогового законодательства данной сферы. Вопросы налогообложения самозанятых граждан были рассмотрены Н. И. Малис [1], Н. А. Коробковой, Д. Р. Амировой, М. А. Курдовым М.А. [2], А. И. Мастеровым [3], М. О. Климовой М. О. [4] и др.

Целью статьи является анализ основных проблем и факторов, способствующих сокрытию доходов самозанятых граждан от налогообложения.

Методы исследования.

Исследование предполагает применение метода анализа, синтеза, обобщения. Анализ произведен как на основе текстов законодательного массива, так и на базисе современных публикаций по рассматриваемой проблеме.

Результаты исследования.

Налогообложение самозанятых граждан - это актуальная и сложная проблема в современной российской экономике. Самозанятые граждане, также известные как фрилансеры или индивидуальные предприниматели, занимаются различными видами деятельности без оформления официального трудового договора. Этот сегмент экономики набирает все большую популярность, однако правовое и налоговое регулирование этой сферы все еще не до конца отработаны.

По данным ФНС количество самозанятых граждан в России неуклонно растет (табл. 1).

Таблица 1

Количество самозанятых граждан, применяющих специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» (НПД)*

Количество самозанятых	2020	2021	2022	31.07.2023
Российская Федерация – всего человек	1 603 638	3 862 114	6 561 475	8 069 412
в том числе:				
Физические лица	1 458 792	3 636 753	6 223 063	7 662 437
Индивидуальные предприниматели	144 846	225 361	338 412	406 975

*Составлено автором по: [5]

Представленные в таблице 1 показывают, что количество самозанятых граждан, которые зафиксировали свой статус и применяют специальный налоговый режим НПД ежегодно увеличивается. Темп прироста самозанятых в 2022г. по сравнению с 2020г.

увеличился на 309,2%. В свою очередь за полугодие 2023г. по сравнению с 2022г. темп прироста составил 23%. Основную долю в структуре самозанятых занимают физические лица, темп прироста в 2022г. по сравнению с 2020г. составил 326,6%, в первом полугодии 2023г. тенденция увеличения сохраняется.

Несмотря на то, что в настоящее время на сайте ФНС России для налогоплательщиков налога на профессиональный доход создано мобильное приложение «Мой налог», которое значительно упрощает процедуру регистрации самозанятого гражданина и позволяет обеспечивать удаленный доступ взаимодействие между самозанятыми и налоговым органом, максимально облегчают работу самозанятых по учету доходов, формированию и отправке клиенту чеков, расчету налога, но как показывает практика, что проблемы остались. Некоторые граждане в силу своей финансовой неграмотности испытывают трудности.

Одной из основных проблем налогообложения самозанятых граждан является сложность определения статуса фрилансера. В отличие от традиционных работников, у которых есть официальное место работы и работодатель, самозанятые граждане часто выполняют заказы для различных клиентов без заключения долгосрочных контрактов. Из-за этой особенности определить, кто является самозанятым гражданином, а кто - просто временным наемным работником, становится сложно как для налоговых органов, так и для самозанятых граждан.

Кроме того, на практике у работодателей могут возникнуть проблемы при сотрудничестве с самозанятыми, поскольку ФНС обращает пристальное внимание на систему структуру взаимоотношений работодателя и самозанятым: носят ли они систематический характер, как оформлены. При нарушении законодательных норм по сотрудничеству с самозанятыми у бизнеса возникают существенные риски. В свою очередь если самозанятый гражданин попытается скрыть (занизить) доход, то первоначально ему грозит штраф от 20% от суммы расчета, а повторное нарушение в течение полугодия – 100%.

Анализ существующего законодательства и его проблемы в отношении налогообложения самозанятых граждан в России представляют значительные вызовы для данной категории налогоплательщиков.

Высокий размер налоговой ставки является одной из основных проблем самозанятых граждан. Законодательством установлен единый налог в размере 4% от дохода, но он не всегда соответствует фактическим доходам, полученным самозанятыми лицами. Более того, отсутствие возможности списания расходов ограничивает возможности минимизации налоговой нагрузки и создает дополнительные трудности для предпринимателей.

Другая проблема связана с неопределенностью в отношении правил налогообложения. Недостаточная ясность и однозначность нормативных актов приводит к неопределенности и различным трактовкам со стороны налоговых органов.

Проблемы налогообложения самозанятых граждан в России имеют значительное влияние на экономику и социальную сферу страны. Один из основных негативных аспектов состоит в утрате доходов для государственного бюджета. В условиях низкого уровня платежеспособности большинства самозанятых граждан, потенциальные налоги остаются неуплаченными, что приводит к дополнительному давлению на бюджетные ресурсы.

Кроме того, проблемы налогообложения самозанятых граждан оказывают отрицательное влияние на социальную сферу страны. Невозможность контролировать доходы и выплаты самозанятых лиц создает несправедливую конкуренцию среди предпринимателей, которые исправно уплачивают все необходимые налоги и отчисления.

Также следует обратить внимание на то, что отсутствие четких правил и механизмов для определения статуса самозанятых лиц может привести к злоупотреблениям и коррупции. Без контроля со стороны государства, самозанятые граждане могут уклоняться от налогообложения и использовать свой статус для получения незаконных выгод.

Сравнение международных практик налогообложения самозанятых граждан и их применимость в России является важным аспектом изучения проблемы налогообложения данной категории населения. В различных странах существуют разные подходы к этому вопросу, что может служить полезным опытом для России.

«Отличительная особенность испанского опыта состоит в том, что занятые на платформах признаны работниками по трудовому законодательству. Что касается уплаты налогов, то независимо от статуса (работник, самозанятый или предприниматель с ограниченной ответственностью) лицо платит подоходный налог от 19 до 47 % в зависимости от дохода. То есть в Испании не разделяется система налогообложения в зависимости от статуса (как в России специальный режим для ИП и плательщиков НПД), однако для самозанятых существуют налоговые льготы: если самозанятый работает первый год, то платит до 7 % налога на доход, если работает второй и третий год – 15 %. При этом самозанятые вправе вычитать из налогооблагаемой базы все расходы, связанные с деятельностью (в России подобной возможности вычесть расходы для плательщиков НПД не существует). Для занятых, признанных работниками, платформа выступает в качестве налогового агента» [6, с. 48].

Например, в некоторых странах самозанятые граждане обязаны регистрироваться и получать специальные лицензии для осуществления своей

деятельности. Это позволяет контролировать количество самозанятых лиц и эффективно управлять процессом налогообложения. При этом ставки налогов для самозанятых могут быть более выгодными по сравнению с другими видами предпринимательства.

В других странах применяются более гибкие системы налогообложения, которые основываются на объеме доходов самозанятых граждан или используют фиксированный процент от полученных доходов. Такие подходы способствуют упрощению процедур по уплате налогов и могут стимулировать развитие самозанятости.

Однако, необходимо учитывать особенности российской экономики и налоговой системы при анализе международного опыта.

Выводы.

Для решения проблем налогообложения самозанятых граждан в России необходимо предложить и внедрить определенные меры.

Во-первых, нужно пересмотреть ставки налога для самозанятых лиц. В настоящее время они составляют 4%, что может быть неподъемным бременем для большинства предпринимателей. Снижение этих ставок до разумного уровня стимулирует развитие предпринимательства и повышает вероятность декларирования доходов.

Во-вторых, необходимо создать условия для повышения финансовой грамотности самозанятых граждан. Проведение специальных образовательных программ поможет им осознать важность платежеспособности и своевременного уплаты налогов. Кроме того, можно проводить консультации по вопросам бухгалтерии и налогообложения для самозанятых лиц.

Важным шагом к улучшению налогообложения самозанятых граждан является разработка и внедрение эффективных механизмов контроля за исполнением налоговых обязательств.

Библиографический список

1. Малис Н.И. Новые правила налогообложения микробизнеса должны способствовать росту налоговых поступлений // Налоги и финансы. – 2017 – № 4. – С. 40-45.
2. Коробкова Н.А., Амирова Д.Р., Курдова М.А. Современное состояние и перспективы развития налогообложения самозанятых в России // Вестник Евразийской науки. – 2020 № 2. – URL: <https://esj.today/PDF/62ECVN220.pdf>.
3. Мастеров А.И. Проблемы налогообложения самозанятых граждан в России и пути их решения // Финансы и кредит. – 2018. – т.24 (вып.29). – С. 1781-1798.

4. Климова М. О. Налоговое регулирование деятельности самозанятых физических лиц в России и зарубежных странах // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2013. – № 5. С. 6.

5. Официальный сайт ФНС России. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. – URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics2.html> (дата обращения: 25.08.2023).

6. Гирич М. Г., Ивановичева К. В., Левашенко А. Д. Налогообложение доходов и социальное страхование занятых на онлайн-платформах: сравнение опыта России и других стран // Финансовый журнал. – 2022. – Т. 14. – № 3. – С. 44–60.

УДК 33

Шагалова Т.В., Шушляпин П.В. Основные тенденции на рынке первичной элитной недвижимости Москвы в 2021-2022 годах

Key trends on the primary elite real estate market in Moscow in 2021-2022

Шагалова Т.В.,

к.э.н., доцент

Шушляпин П.В.,

аспирант 2 курса

ОЧУВО МИУ, Москва

Shagalova T.V.,

Ph.D., Associate Professor

Shushlyapin P.V.,

2nd year graduate student

OCHUVO MIU, Moscow

Аннотация. Статья посвящена анализу рынка элитной недвижимости Москвы за период 2021-2022 гг. Дано определение девелоперской деятельности, приведены характеристики и особенности объекта недвижимости, определены важные бизнес-процессы. Рассмотрены основные факторы, влияющие на рынок. Определены ключевые тенденции, сформировавшие ситуацию в отрасли. Сделан прогноз дальнейшего изменения рынка в 2023-2024 гг.

Ключевые слова: девелопмент, сущность девелопмента, кризис, рынок первичного жилья, элитная недвижимость, строительная отрасль, экономическая эффективность, жизненный цикл проекта.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the Moscow luxury real estate market for the period 2021-2022. A definition of development activity is given, the characteristics and features of the property are given, and important business processes are identified. The main factors influencing the market are considered. The key trends that have shaped the situation in the industry have been identified. A forecast was made for further changes in the market in 2023-2024.

Keywords: development, essence of development, crisis, primary housing market, luxury real estate, construction industry, economic efficiency, project life cycle.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Основной целью настоящего исследования является исследование первичного рынка элитной жилой недвижимости Москвы, выявление ключевых тенденций, объяснение их причин и формирование прогноза поведения рынка в 2023-2024 годах.

Поставленная цель предопределила следующие задачи:

- Проанализировать основные тенденции рынка в 2021-2022 годах. Определить основные факторы, повлиявшие на поведение рынка;
- Сформировать прогноз поведения рынка на 2023-2024 годы.

В условиях кризиса и экономических санкций в последние годы девелоперские компании в Московском регионе соревнуются друг с другом за земельные участки для строительства. В таких условиях становится особенно важным принимать оперативные

и эффективные решения о вхождении в проект и оценивать возможности для входа в него. Экономическая ситуация последних лет и внешние факторы также оказывают влияние, ограничивая выбор участков и снижая предложение. Кроме того, доступ к ресурсам и проектному финансированию значительно сократился, а стоимость строительства увеличилась. Сократились меры государственной поддержки сектора, снизился спрос на покупку недвижимости со стороны населения.

Все эти факторы привели к повышению конкуренции на рынке недвижимости, в элитном секторе (как более устойчивом с точки зрения спроса и покупательской способности) стали появляться новые игроки: компании и комфорт или даже эконом сегмента пробуют свои силы для диверсификации портфеля проектов.

В последнее время рынок недвижимости играет все более важную роль в экономике нашей страны. Недвижимость составляет значительную часть национального богатства, позволяя ее собственникам получать ренту [2], а предпринимателям – доходы. Также, недвижимость позволяет пополнять государственный и муниципальные бюджеты через налоговые поступления. Строительная отрасль стабильно способствует загрузке и росту промышленного производства. Например, строительство домов требует производства бетона, кирпичей, железобетонных конструкций и арматуры на заводах, а также создает рабочие места для граждан. Вместе с тем, в связи с особенностями развития страны и экономики, жилье остается основным активом для граждан. Для организаций значительная часть активов – это недвижимость (офисы, склады и другие помещения). Таким образом, нормальное функционирование рынка недвижимости способствует положительному социальному эффекту [4].

Само понятие девелопмент может быть определено как вид бизнеса, направленный на увеличение стоимости создаваемых объектов путем строительства, реконструкции, реставрации или реновации [1]. Н.Ж. Harrington дает определение девелопмента как «совокупность логически связанных заданий, использующих ресурсы предприятия для получения определенных результатов, согласно поставленным целям» [9].

Основной целью девелопмента коммерческой и жилой недвижимости является обеспечение прибыли путем реализации объектов, которые удовлетворяют потребности покупателей и арендаторов. Каждый проект девелопмента недвижимости основан на физической трансформации объекта, чтобы он соответствовал требованиям рынка. Эти изменения могут быть значительными, например, застройкой пустого земельного участка, или несущественными, например, при изменении функционального назначения объекта.

По сути, конечная цель самого процесса девелопмента для компании, инвесторов и акционеров – получение наибольшей прибыли от объекта недвижимости.

Любая организация не существует в изоляции и неизбежно взаимодействует с внешней средой в процессе своей предпринимательской деятельности. Внешняя среда включает в себя контрагентов, партнеров, органы государственной власти, макроэкономические явления и другие факторы. Эти внешние факторы оказывают влияние на экономическую деятельность организации. Также, очевидно, что на различные классы (или сегменты) недвижимости (эконом-, комфорт-, бизнес-, элит- и т.п.) изменение условий повлияло по-разному.

Рынок элитной жилой недвижимости традиционно более устойчив к кризисным проявлениям и менее подвержен «паническим» настроениям. Объем предложения здесь всегда ограничен, а спрос более стабилен. К тому же элитный сегмент менее зависим от кредитных ресурсов, даже несмотря на рост доли ипотечного кредитования в последние годы.

История кризисов на рынке недвижимости показывает, что элитный сегмент страдает в меньшей степени. Например, во время кризиса 1998 года, когда рынок жилья, включая элитный сегмент, только формировался, средняя цена снижалась на 45%, в то время как на элитном рынке этот показатель был значительно ниже - 30%. Высокая дифференциация доходов в России – это как плюс, так и минус для рынка, так как с одной стороны спрос стабилен и не очень подвержен влиянию кризисов, а с другой – за «своего» покупателя нужно бороться, предлагая конкурентные преимущества и индивидуальный подход.

Тенденция на повышение стоимости всех основных типов жилой недвижимости, которая началась в 2020 году, несмотря на влияние карантина и локдаунов из-за COVID-19, продолжилась в 2021 году и длилась до марта-апреля 2022 года. Повышение коснулось всех основных сегментов недвижимости. В 2021-2022, несмотря на несколько локдаунов из-за эпидемии COVID-19, спрос на недвижимость в России не снизился, а цены продолжали. Отчасти сказалось влияние долгой стагнации цен на недвижимость в течение предыдущих лет, когда стоимость квадратного метра оставалась неизменной.

На первичном рынке элитной и премиум недвижимости в течение 2021 года произошло существенное увеличение стоимости кв.м. по всем основным классам. В то же время, к 2022 году потенциал роста рынка недвижимости уже очевидно был исчерпан и в марте начался разворот возрастающего тренда, коснувшийся всех категорий недвижимости. По объемам продаж (в натуральных величинах, квадратных метрах) очевидна тенденция на снижение объемов продаж.

В то же время, очевиден рост стоимости квадратного метра, продолжавшийся до октября 2022 года, после чего тенденция изменилась на понижающийся тренд. На рисунке 1 представлены данные о продажах квадратных метров 70 жилых комплексов Москвы за 2021-2022 гг. Медианное значение практически повторяет колебания среднего, что говорит об однородности данных в выборке.

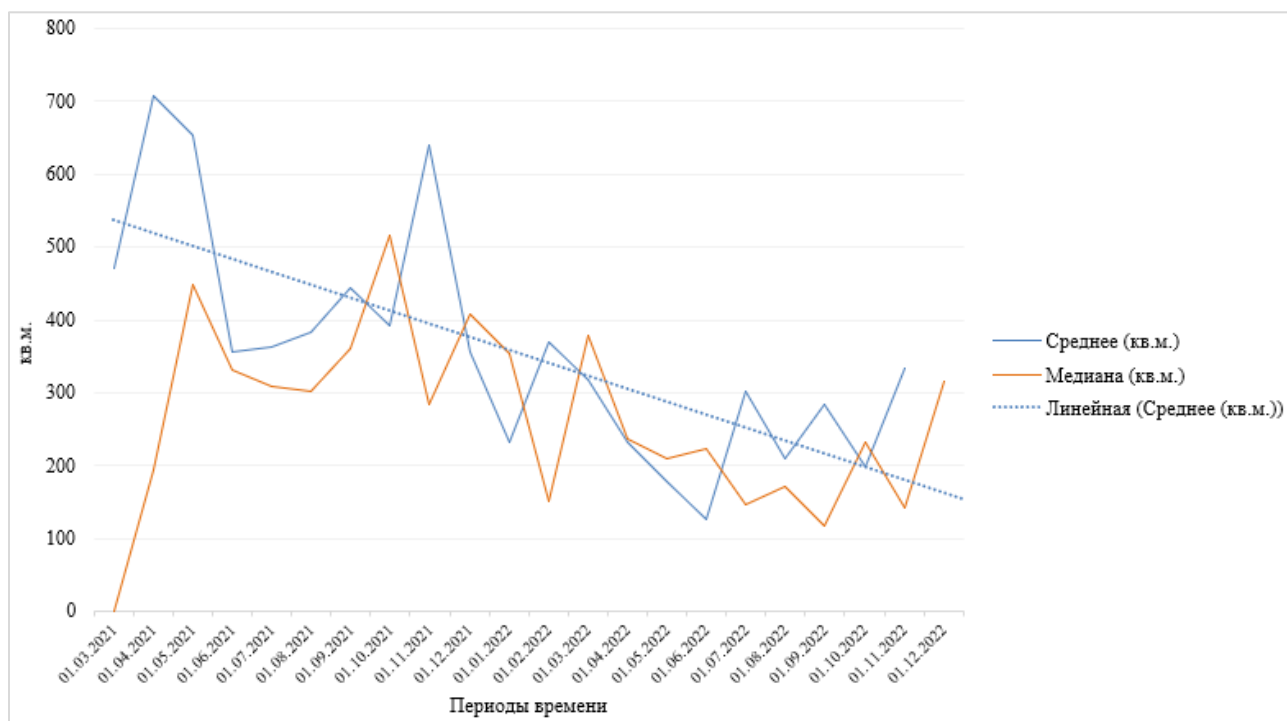


Рисунок 1. Объем продаж кв.м. элитной недвижимости на первичном рынке за 2021-2022 гг.

Из представленного рисунка 1 можно сделать вывод, что по объемам продаж (в натуральных величинах, квадратных метрах) в 2021-2022 годах существовал тренд на снижение объемов продаж.

В 2021-2022 году в элитном сегменте наметились тенденции на снижение спроса и уменьшение стоимости лота. В качестве основных причин можно выделить:

- пандемия COVID и локдауны 2020-2021 годов;
- геополитические факторы и санкции со стороны недружественных стран (2022 год);
- перенасыщенность рынка недвижимости и высокие цены за квадратный метр («пузырь»);

Эти события оказали эффект на рынок недвижимости России, сократив спрос на недвижимость и перераспределив его между сегментами.

Локдауны имели незначительное влияние на рынок элитной недвижимости. На самом деле, можно сказать, что объявленные карантинные меры привели к изменению предпочтений и спроса, слегка сместив его в сторону загородной недвижимости.

В феврале 2022 года в отношении России недружественными странами были приняты несколько пакетов санкций. На рынке недвижимости практически нет товаров, которые могут трактоваться как «товары двойного назначения», зависимость от импортных материалов и технологий не так критична, как, к примеру, в нефтехимической промышленности. Незначительные трудности строительная отрасль испытывала в поставках грузоподъемного оборудования (лифты), систем вентиляции и кондиционирования и облицовочных материалах, а также в благоустройстве территорий. Все перечисленные выше категории могут быть легко заменены аналогами из дружественных стран, параллельным импортом или российскими производителями с незначительной потерей качества или визуальных характеристик.

Отдельной строкой идут двери, окна, мебель и декорации, но из-за относительно небольших объемов и отсутствия запретов на закупку этих категорий товаров проблем не возникает.

В тоже время, санкции создали девелоперам Москвы определенные сложности, связанные с необходимостью дополнительных затрат на усложнившуюся логистику, изменения цепочек поставок, повышение цен поставщиками внутри России и за границей. Эти затраты увеличили себестоимость квадратного метра и таким образом создали дополнительную нагрузку на снижающийся спрос.

За исключением первых трех месяцев, на протяжении 2022 года объем предложения в новостройках элитного сегмента демонстрировал положительную динамику. По итогам года на рынке элитного жилья экспонируется почти на 37% выше значения IV квартала 2021 года. Восполнение объемов предложения на первичном рынке осуществлялось посредством активного выхода новых проектов, а также за счет снижения спроса. Тем не менее, показатель по-прежнему остается ниже значений более ранних периодов (-16% по сравнению с итогами 2020 года). За счет снижения спроса, а также в связи с активным выходом новых проектов вырос объем предложения элитного жилья. Отмечается тенденция на укрупнение новых объектов: суммарный проектный объем новостроек 2022 года в четыре раза превышает показатель 2018 года (4,4 тыс. лотов против 1,1 тыс. лотов).

Наблюдались два пика продаж в течение 2022 года: в феврале и сентябре. Сразу несколько факторов оказывали влияние на рынок недвижимости в 2022 году, в том числе, повышение ставок по ипотеке, начатое ЦБ РФ для контроля инфляции, отъезд населения в другие страны, вступившие в силу санкции, сокращения сотрудников иностранными компаниями. К осени 2022 года спрос частично восстановился,

появились признаки нормальной деловой активности осеннего рынка – каким он был в годы без потрясений.

С точки зрения стоимости недвижимости, в 2021-2022 можно заметить неоднозначную динамику. Стоимость квадратного метра продолжала расти до октября 2022 года, однако, после этого по разным причинам, которые будут рассмотрены далее, цена начала показывать нисходящий тренд, рисунок 2. Вопреки этому, в среднем цены на жилье увеличивались, хотя в 4 квартале 2022 года наблюдались отдельные снижения, а затем некоторое восстановление.

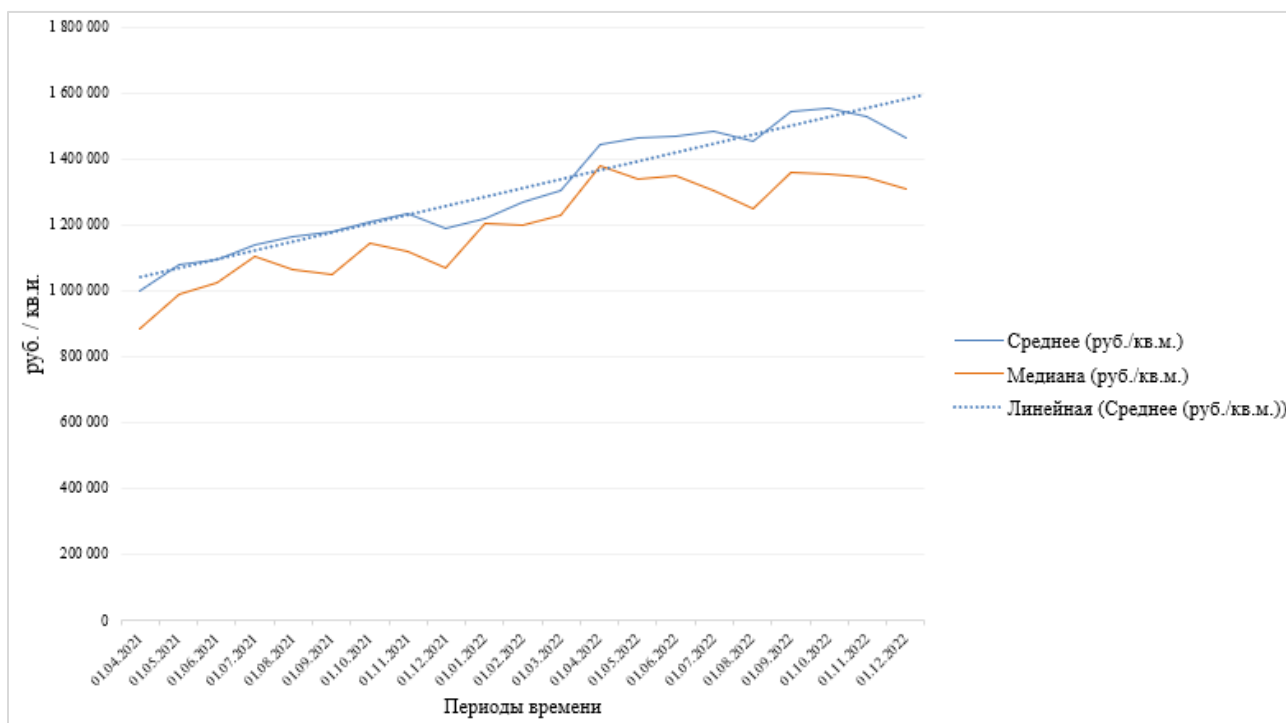


Рисунок 2. Изменение стоимости 1 кв.м. элитной недвижимости на первичном рынке за 2021-2022 гг.

Рисунок 2 показывает, что в 2021-2022 годах, несмотря на снижение объемов продаж в физических объемах (кв.м.), стоимость за кв.м. увеличивалась, и линейная аппроксимация показывает перспективу увеличения стоимости в будущем.

В сравнении с тенденциями 2021 года, элитный сегмент рынка переживал смену тренда. Новостройки не достигли выдающихся результатов, и девелоперы вынуждены были предлагать индивидуальные скидки и использовать различные маркетинговые инструменты для стимулирования продаж. В целом, наблюдалось изменение стратегии продвижения на рынке элитной недвижимости.

2022 год был непростым для недвижимости, в течение года был ряд локальных падений спроса на недвижимость и одновременно роста предложения (в том числе и демпингового характера). В сентябре-октябре 2022 года на рынке появилось большое количество вариантов квартир по привлекательной стоимости (в отдельных случаях, на рынке первичной недвижимости владельцы предлагали недвижимость по цене ниже рыночной цены), начала просматриваться тенденция к снижению цен. В октябре и ноябре 2022 года в моменте рынок предложения стал превышать рынок спроса.

Однако в 2023 году не следует ожидать достижения пиковых уровней, достигнутых в 2022 году, хотя общий тренд все же указывает на рост. Несмотря на то, что 2023 год еще не завершился, очевидно, что восстановительный рост будет значительным (прогнозируется увеличение на 30-40%, по отдельным прогнозам). В настоящее время рынок находится в ожидании, и элитный сегмент (основываясь на исторической практике) может быть наименее подвержен внешним влияниям и сохранить свою целевую аудиторию. Большинство покупателей приобретают квартиры и апартаменты не для инвестиций, а для сохранения средств и личного пользования. Чтобы решить эти задачи, покупатели часто предпочитают выбирать жилье в уже сданных домах и комплексах, находящихся на последних стадиях строительной готовности. Вместе с этим, размер скидок, предоставляемых в индивидуальном порядке, может увеличиться, особенно в проектах, которые уже долго находятся на рынке и характеристики которых не полностью отвечают требованиям покупателей. В целом, ожидается коррекция спроса, поскольку многие люди, из-за текущей обстановки, откладывают покупку жилья и принимают ожидающую позицию. Однако в дальнейшем возможно возвращение этих покупателей на рынок, что в конечном итоге приведет к росту количества сделок и компенсации утраты клиентов.

В ближайшей перспективе рынок недвижимости будет стремиться найти баланс между спросом и предложением, и в конце 2023 года можно ожидать стабилизации цен. Спрос на новостройки начнет постепенно восстанавливаться к. Однако полное восстановление рынка до уровней до кризиса ожидается не ранее середины 2024 года. Это будет зависеть от общей экономической ситуации в стране и появления возможных факторов неопределенности. В любом случае, на рынке элитной недвижимости не ожидается значительного спада, спрос сохранится, что может привлечь новых игроков (девелоперов) из более доступных сегментов рынка недвижимости (которые могут сократиться из-за плохой экономической ситуации).

Заключение

В настоящем исследовании проанализированы факторы, повлиявшие на поведение первичного рынка элитной недвижимости в 2021-2022 годах, определены основные тенденции, определявшие поведение рынка. Рассмотрено влияние пандемии COVID, геополитических факторов, экономических санкций.

Дан прогноз поведения рынка на 2023-2024 годы, определены предпосылки для восстановительного роста рынка и выявлен возрастающий тренд спроса на элитную недвижимость.

Библиографический список

1. Герасимова, Л. Н., Девелопмент в строительной отрасли. Управление, финансы, учет: учебник / Л. Н. Герасимова. — Москва: Русайнс, 2022. — 723 с. — стр. 15
2. Кожин В.А., Шагалова Т.В. К вопросу об упорядочении присвоения рантье прибавочной стоимости. Экономические исследования и разработки. 2020. № 3. С. 35-40.
3. Лазарев, О. В. Понятие девелопмента недвижимости в российском праве / О. В. Лазарев. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 8 (88). — С. 739-744. — URL: <https://moluch.ru/archive/88/17619/> (дата обращения: 14.02.2023).
4. Ойхман Е.Г., Попов Э.В. Реинжиниринг бизнеса - М.: Финансы и статистика, 1997
5. Федотова М. Девелопмент в недвижимости: монография / Федотова М., А., Бакулина А., А., Тазикина Т. В. — Москва: КноРус, 2021. — 264 с. — ISBN 978-5-406-04518-3. — URL: <https://book.ru/book/936935> (дата обращения: 27.02.2023). — Текст: электронный.
6. Harrington H.J. Bussiness process improvement: the breakthrogh strategy for total quality, productivity & competitives, McGraw-Hill, 1991
7. Хаммер М. Чампи Дж. Реинжиниринг корпораций: манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1997

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ
№ 9/2023

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к
сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2542-0208

Формат 60x84/16. Усл. печ. Л 7,2. Тираж 100 экз.
Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна
Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1