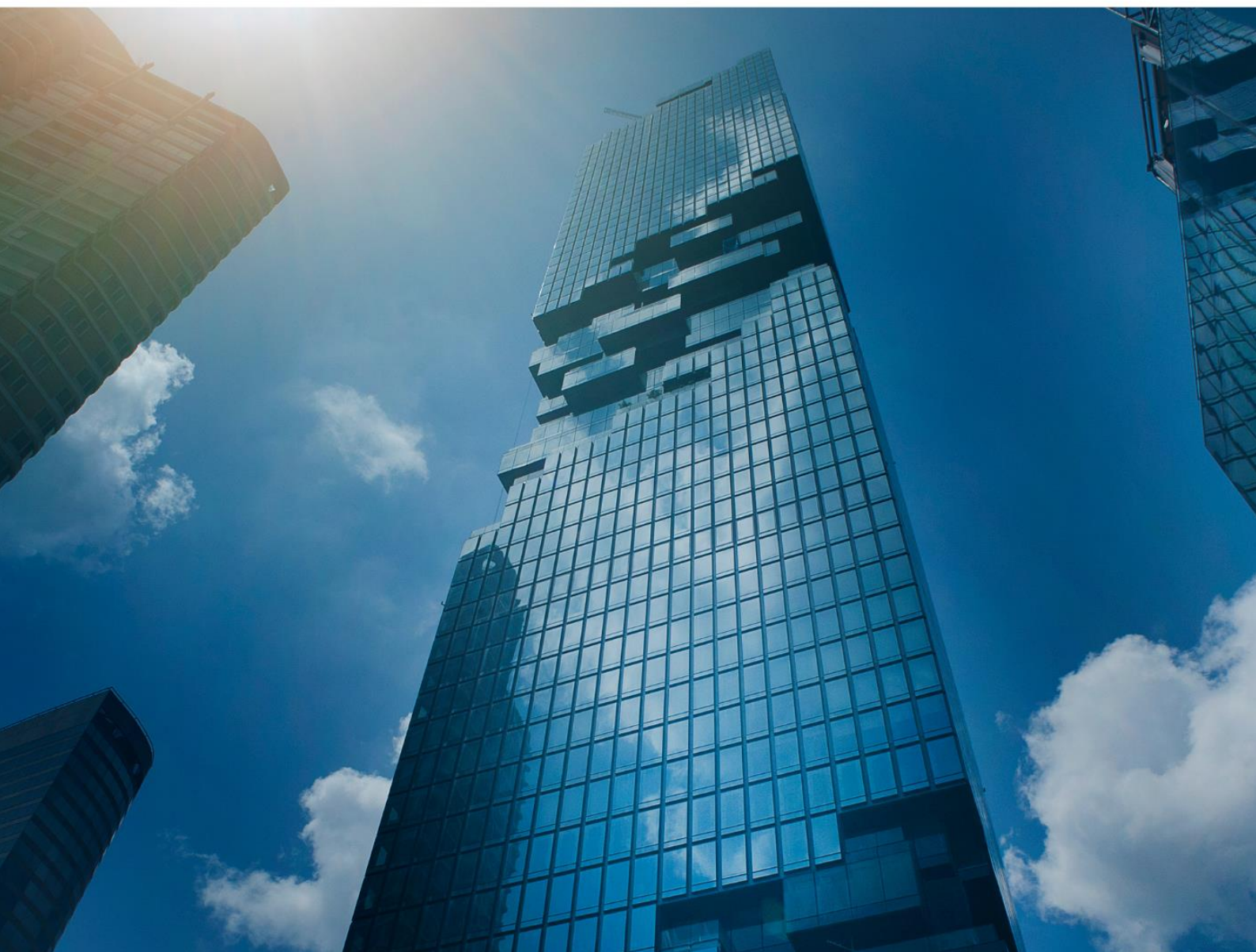


ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

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

№ 6/2024

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2024

УДК 33
ББК 65
Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №6 - 2024. – 141 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) ФГБОУ 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, 2015-2024

Оглавление

МАРКЕТИНГ	7
Шевцова Н.С. Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда.....	7
Шевцова Н.С. Необходимость формирования фирменного стиля в современной компании	12
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	17
Чжан Ф. Оценка эффективности развития регионального экономического пространства.....	17
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ	22
Кукитз П.В. Вызовы и перспективы внедрения инструментов генеративного искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность бизнеса.....	22
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	31
Атнагулова К.И. Обзор инструментов денежно-кредитной политики Банка России	31
ЭКОНОМИКА И ПРАВО	37
Дубков С.Н., Круглов Н.А. Исследование влияния правового регулирования на экономические аспекты развития земельно-имущественных отношений	37
ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	44
Афанасьев Е.А. Предпринимательство в условиях глобализации экономики	44
Афанасьев А.А. Управление цепочкой создания потребительской ценности в международном менеджменте.....	50
Багин А.В., Матвеева А.И. Алгоритм управления продуктовым портфелем.....	57
Сулимин В.В. Цифровая трансформация государственного управления в Киргизии.....	64
Фасхиев Р.Ф., Нуруллин Э.Г. Разработка маркетингового комплекса для материально-технического обеспечения агропромышленного комплекса.....	71
Шевченко Ю. С., Шевченко Виктор А., Шевченко Владимир А. Оценка финансовых результатов деятельности, их распределения и использования в организации	77
Шестакова А. Ю., Шевченко Ю. С. Направления роста финансовой устойчивости организации.....	87

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ..... 95

Дандаа А.Р. Налоги как фактор экономической безопасности..... 95
Зорька Е.И. Оценка экономической безопасности Кыргызской Республики макроэкономическими индикаторами в условиях нестабильности 101
Тищенко Д.М., Захарова С.Г. Защита национальных интересов России в условиях санкционного воздействия 108

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ 116

Семенова О.Ю., Смирнова Н.Д. Разработка подхода к оценке инвестиционного проекта на предмет его реализуемости с использованием методики Варзунова А. В. 116
Хоменко В.А. Отечественный и зарубежный опыт формирования системы управления в сфере предпринимательства..... 129

МАРКЕТИНГ

УДК 33

Шевцова Н.С. Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда

Marketing communications and their role in building and developing a brand

Шевцова Наталья Сергеевна,

магистрант, ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», г. Москва
Shevtsova Natalya Sergeevna,

Master's student, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian State Social University", Moscow

Аннотация. На сегодняшний день предприятия, которые занимаются предпринимательской деятельностью сталкиваются с различными рисками: рост конкуренции на рынке, повышение требований потребителя к качеству продукта, увеличение объема затрат и необходимость их оптимизации для получения максимальной экономической выгоды. Для обеспечения высокой прибавочной стоимости и увеличения маржинальности производимой продукции, необходимо также вкладывать ресурсы в развитие собственного бренда. Узнаваемость товаров, их брендинг, популярность у целевой аудитории, а также привлечение маркетинговых коммуникаций для увеличения известности бренда, позволяет повышать конкурентоспособность бизнеса, а также увеличивать маржинальность производимой продукции. Именно на основе привлечения постоянного клиента выстраивается стабильно функционирующая бизнес-модель компании. Важным этапом формирования постоянного клиента является первая однократная покупка, которая позволяет убедиться в том, что продукт действительно лучший, а сама компания поддерживает интересы потребителя. Это позволяет достигать конечных целей по росту чистой прибыли. В данной статье обозначены основные тенденции применения маркетинговых коммуникаций, определены ключевые элементы реализации коммуникаций и их влияние на развитие бренда.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, бренд, потребитель, ценности, лояльность.

Abstract. Today, enterprises that engage in business activities face various risks: increased competition in the market, increased consumer requirements for product quality, increased costs and the need to optimize them to obtain maximum economic benefits. To ensure high added value and increase the margins of manufactured products, it is also necessary to invest resources in the development of your own brand. Recognition of products, their branding, popularity among the target audience, as well as the involvement of marketing communications to increase brand awareness, allows you to increase the competitiveness of the business, as well as increase the margins of manufactured products. It is on the basis of attracting a regular client that a stable operating business model of the company is built. An important stage in the formation of a regular customer is the first one-time purchase, which allows you to make sure that the product is truly the best, and the company itself supports the interests of the consumer. This allows you to achieve your ultimate goals of net profit growth. This article identifies the main trends in the use of marketing communications, identifies the key elements of the implementation of communications and their impact on brand development.

Keywords: marketing communications, brand, consumer, values, loyalty.

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

На сегодняшний день для продвижения продукции предприятия важно не только производить качественную продукцию, но и формировать лояльную ценовую политику, а так же вкладывать ресурсы в развитие собственного бренда.

Стимулирование потребителей к приобретению продукции определённого производителя может реализоваться на основе информационной прозрачности продукта, который интересен был бы конечному потребителю. Именно информационная прозрачность позволяет сформировать убеждение потребителя о том, что продукт является необходимым для него. Подобный метод информационной прозрачности позволяет предприятию занимать устойчивые позиции на рынке и формировать соответствующие показатели эффективности, причём как эффективности производства, так и эффективности реализации продукции. Данный метод используется в тандеме с формированием соответствующего качества продукта и лояльной ценовой политики, так как без данных базовых условий реализации информационная прозрачность не является эффективным инструментом [5].

При взаимодействии с внешней средой, которая развивается по рыночным законам и законам конкуренции, производитель сталкивается с широким набором альтернатив для потенциального потребителя, который создает определённые риски в реализации плановых показателей. По данной причине, при управлении предприятием используются механизмы, в первую очередь, привлечения внимания потребителя, во вторую очередь, поддержки данного внимания в долгосрочной перспективе. С этой целью могут использоваться коммуникации, которые являются ключевым аспектом маркетинговой политики [1].

Маркетинговые коммуникации рассматриваются многими авторами в научно-практических работах, посвящённых эффективности реализации продукции. Часть авторов рассматривает маркетинговые коммуникации, сформированные на основе интегрированных инструментов менеджмента, однако, большинство авторов уделяют внимание на рассмотрении ключевых маркетинговых коммуникаций, на основе которых можно формировать производные и частные виды коммуникационных взаимодействий с потребителем.

Основная типологизация маркетинговых коммуникаций представлена на рисунке 1.

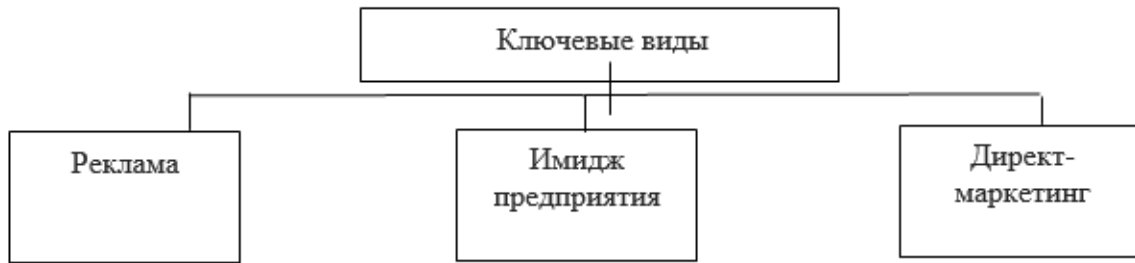


Рис.1. Основная типологизация маркетинговых коммуникаций

Из данных рисунка 1 видно, что основная типологизация маркетинговых коммуникаций включает рекламу, имидж предприятия и директ-маркетинг.

Данные маркетинговые коммуникации как основные ключевые инструменты используются в деятельности различных компаний, в особенности западных предприятий, так как западная школа является родоначальником коммуникационных воздействий с потребителем. Рассмотрим одну из наиболее активно использующих маркетинговые коммуникации компанию «Procter & Gamble» [5].

Основным видом деятельности компании «Procter & Gamble» является производство косметической продукции, товаров по уходу за домом, а также продуктов для семейного использования. Так, наиболее популярными товарными категориями компании являются такие бренды как: Pampers, Tide, Ariel, Always, Oral-B, Duracell, Head&Shoulders, Gillette.

Компания «Procter & Gamble» заявляет миссию как служение потребителю и ориентирована на учет мнения целевой аудитории по удовлетворению их нужд. Компания «Procter & Gamble» проводит исследования с этой целью сегмента целевой аудитории для повышения степени доверия потребителя и совершенствования, таким образом, продуктовой линейки [3].

Компания «Procter & Gamble», используя маркетинговые коммуникации помимо экономической цели по максимизации прибыли, ориентирована на укрепление позиции на рынке за счёт повышения степени запоминаемости, узнаваемости и лояльности к бренду.

Для достижения данных показателей компания «Procter & Gamble» реализует маркетинговые коммуникации по типу и структуре, как наиболее производительная маркетинговая коммуникация, проводимая с 2010 г. – кампания «Спасибо, мама!», которая ориентирована на широкий сегмент потребителей и трансляцию таких ценностей как милосердие, любовь к семье, сострадание. Благодаря подобной трансляции компания «Procter & Gamble» сформировала, таким образом,

ассоциативную связь своей деятельности с общепризнанными моральными ценностями. При исследовании факторов эффективности данной компании нами были определены такие аспекты, которые использовала компания «Procter & Gamble» как элементы формирования итоговой качественной маркетинговой коммуникации, что представлено на рисунке 2.

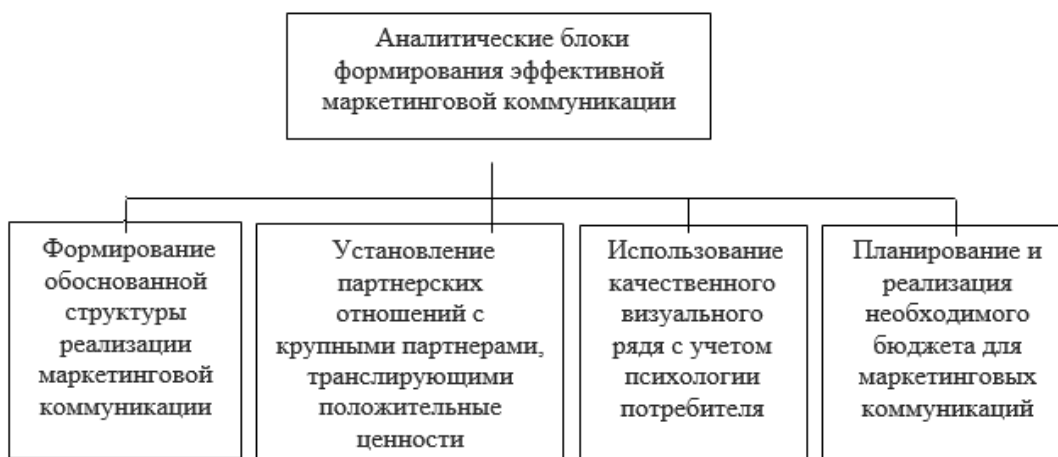


Рис.2. Систематизация маркетинговой коммуникации компания «Procter & Gamble» при создании кампании «Спасибо, мама!»

Из данных рисунка видно, что систематизация маркетинговой коммуникации компания «Procter & Gamble» при создании кампании «Спасибо, мама!» включает четыре ключевых блока, ориентированных на усиление приверженности потребителя к компании.

Во-первых, компания «Procter & Gamble» использовала выстраивание определённой, строго обоснованной системы маркетинговых коммуникаций, а именно ритмичность размещения ролика в период Олимпийских игр, ритмичное использование роликов в социальных сетях и других медиасредствах;

Во-вторых, компания «Procter & Gamble» установила партнёрские отношения с представителями Олимпийских игр.

В-третьих, был сформирован качественный визуальный ряд, который влиял на формирование положительной эмоции у потребителя. Видеоролик транслировал маму, которая гордилась и радовалась за ребёнка, достигающего результатов, что вызывает ответную реакцию у родителей. Компания «Procter & Gamble» решила транслировать ценность моральной поддержки для детей, которые добиваются результатов на олимпийских чемпионатах.

Усиление данной маркетинговой коммуникации компания «Procter & Gamble» сформировала на платформе YouTube, где разместила совокупность роликов короткометражного типа, которые были достаточно востребованы.

Это позволило ещё больше укрепить в отношении потребителя лояльность, так как компания «Procter & Gamble» предоставила ещё больше информации о себе для общественности широкого уровня. Это позволило своей очереди получить от потребителя отклик, так как компания «Procter & Gamble» ассоциировалась с «человеческим лицом». Конечная цель благодаря данным маркетинговой коммуникации была достигнута, то есть увеличились экономические показатели и стоимость акций компании среди показателей маркетинговой эффективности, была отмечена положительная динамика в показателе охвата аудитории.

Необходимо отметить, что негативное отношение к компании «Procter & Gamble» практически отсутствует: отмечаются негативные высказывания в форме критики, однако они имеют аргументы и являются конструктивными. Это связано с тем, что при реализации маркетинговой коммуникации компания «Procter & Gamble» выбрала эффективные нравственные ценности, такие как семья, родители, дети, критика которых вызовет больше негативного отношения к самому критику нежели к компании. Ценности были выбраны, таким образом, что они находят отклик существенного количества широкой общественности.

В итоге, изучив маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда, можем сделать следующий вывод. Маркетинговые коммуникации не являются инструментом эффективности как таковые, а лишь при их грамотном структурировании. При использовании маркетинговых коммуникаций с обоснованным наполнением можно сформировать высокий уровень лояльности потребителя к компании, формировать устойчивую репутацию с высокими показателями, как следствие, иметь растущие экономические показатели.

Библиографический список

1. Груба М.Г. Исследования креатива в маркетинговых коммуникациях // E-Scio. – 2022. – №8 (71). – С. 18-21.
2. Дурягин А. С. Визуальный креатив в цифровой эпохе: вызовы и возможности для маркетинговых коммуникаций // Практический маркетинг. – 2024. – №4. – С. 31-24.
3. Ковалев И.Д. Сущность, виды и каналы маркетинговых коммуникаций // Вестник магистратуры. –2022. –№5-4 (128). – С. 5-6.
4. Матвеева О. З. Отдельные аспекты маркетинговой коммуникации и рекламы в современном бизнесе // Базис. – 2024. – №1 (15). – С. 22-27.
5. Пискунов А.А. Типология маркетинговых интернет-коммуникация b2b-сектора // Вестник науки. – 2024. – №1 (70). – С. 12-15.
6. Язханов А., Аширова Ай. Понятие системы маркетинговых коммуникаций // Вестник науки. – 2023. – №10 (67). – С. 34-37.

УДК 33

Шевцова Н.С. Необходимость формирования фирменного стиля в современной компании

The need for forming a corporate style in a modern company

Шевцова Наталья Сергеевна,

магистрант, ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», г. Москва
Shevtsova Natalya Sergeevna,
Master's student, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
"Russian State Social University", Moscow

Аннотация. На сегодняшний день современная компания имеет сложности в работе на конкурентоспособных рынках, связанные с существенным числом производителей, предлагающих аналогичную продукцию. Возникает вопрос о необходимости идентификации своих товаров, работ, услуг для большей узнаваемости и продвижения на рынке. Фирменный стиль современной компании позволяет получить конкурентоспособное отличие от других производителей и склонить потребителя к выбору продукции данного производителя. В данной статье обозначены аспекты необходимости формирования фирменного стиля в современной компании, которые позволяют повышать показатели эффективности развития компании.

Ключевые слова: фирменный стиль, конкурентоспособность, имидж, логистика, товарный знак, фирменный цвет, слоган.

Abstract. Today, a modern company has difficulties operating in competitive markets due to the significant number of manufacturers offering similar products. The question arises about identifying your goods, works, services for greater recognition and promotion in the market. The corporate identity of a modern company allows you to gain a competitive distinction from other manufacturers and persuade the consumer to choose the products of this manufacturer. This article outlines aspects of the need to form a corporate identity in a modern company, which make it possible to increase the efficiency of the company's development.

Keywords: corporate identity, competitiveness, image, logistics, trademark, corporate color, slogan.

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

Одной из ключевых задач производителя – это задача идентификации тех товаров, которые он реализует, либо оказывает услуги, либо выполняет работы на основе формирования фирменного стиля. Изначально фирменный стиль в период своего зарождения носил характер упрощенного варианта. В частности, ремесленники, для идентификации своих товаров отмечали их личным клеймом. Подобное клеймо определяло товар как принадлежащий ремесленнику, производящему продукцию определённого уровня качества и соответственно данный товар пользовался высоким спросом.

На фоне роста рынка конкуренции между производителями международного и национального уровней, возникла необходимость развития образа индивидуализации

производителя, для того, чтобы реализовывать товар в определённом целевом сегменте [5].

Под фирменным стилем следует понимать комплекс инструментов изобразительной, визуальной и информационной идентификации, на основе которых организация может сформировать свою индивидуальность.

Таким образом, фирменный стиль является инструментом индивидуализации, что позволяет повысить скорость продвижения продукта современной компании на рынке, увеличить показатели его конкурентоспособности, а также повысить степень привлечения внимания к товару [3].

Фирменный стиль является эффективным методом по развитию положительных элементов имиджа организации. Данный инструмент является тем методом, который позволяет увеличить количество потребителей и выступает в качестве самостоятельного блока маркетинга. Самостоятельное существование в рамках маркетинговых инструментов привело к тому, что фирменный стиль имеет собственные закономерности развития, при несоблюдении которых организация будет вынуждена терпеть убытки. Благодаря фирменному стилю рекламные кампании современной организации имеют большую степень привлекательности [7].

Ключевой целью при формировании фирменного стиля является достижение высоких показателей и идентификации товара на рынке, а также показателей индивидуальности современной компании среди конкурентов, производящих аналогичный продукт. Таким образом, фирменный стиль выступает своеобразным языком, с помощью которого организация развивает уровень лояльности потенциальных покупателей и адресует им свое уникальное сообщение.

Деятельность, связанную с формированием фирменного стиля в современной компании можно систематизировать с помощью методологии, которая представлена на рисунке 1.



Рис.1. Методология процесса формирования фирменного стиля в современной компании

Из данных рисунка 1 видно, что методология процесса формирования фирменного стиля в современной компании включает девять элементов, однако, мы рассмотрим наиболее часто используемые на практике.

Товарный знак в контексте фирменного стиля, предполагает использование термина юридического характера, который ориентирован на фиксацию определённой формы интеллектуальной собственности. Это позволяет потребителю отличить одно предприятие от другого, а также их товары на конкурентноспособном рынке. Соответственно, товарный знак представляет инструмент по индивидуализации товара и формулируется как товарная марка либо товарный знак. Для товарного знака характерна регистрация в государственных учреждениях и, таким образом, формирование правовой защиты и исключительного права использования. По потребительским свойствам предпочитают товарные марки, которые позиционируют ценность товара, что позволяет потребителю сформировать конкурентные преимущества и соответственно получить большую степень удовлетворения от использования продукта [1].

Идентификация отличительных признаков той или иной современной компании на основе слогана как инструмента фирменного стиля представлена в таблице 1.

Таблица 1

Идентификация отличительных признаков той или иной современной компании на основе слогана как инструмента фирменного стиля

Наименование компании	Слоган	Свойство идентификации
Unilever	«Вдохновение каждый день»	Принципиальные основы деятельности организации
Nestle	«Качество продуктов. Качество Жизни»	
Adidas	«Невозможное воз можно»	
L'Oreal	«Вы этого достойны»	Ключевые характеристики потребителей как уникального потребителя, отражение лояльности и заботы к потребителю
Nestle	«Расти здоровым с первых дней»	

Из таблицы видно, что идентификация отличительных признаков той или иной современной компании на основе слогана как инструмента фирменного стиля позволяет транслировать принципиальные основы деятельности организации, ключевые характеристики потребителей как уникального потребителя, отражение лояльности и заботы к потребителю.

Логотип также является необходимым инструментом фирменного стиля, который позволяет отобразить оригинальное изображение современной компании в виде символов и букв, а также наименование продукции, которое производит предприятие. Под фирменным блоком понимается совокупность определённых инструментов фирменного стиля, что позволяет использовать тандем товарных эмблем и логотипа.

Фирменный блок позволяет интерпретировать официальное название современной компании и может быть включён фирменный лозунг. Для того чтобы организация могла индивидуализировать свой девиз, используется слоган, либо фирменный лозунг, который одновременно с этим может выступать и товарным знаком.

Аналогичную функцию выполняют цвета, которые являются наиболее важным компонентом фирменного стиля, так как улучшают следующие показатели:

- уровень запоминаемости бренда;
- степень привлекательности бренда;
- интенсивность воздействия на эмоции потребителя [4].

Таким образом, можно сформировать фирменный стиль так, что фирменные цвета будут долгосрочно ассоциироваться у потребителя с определёнными товарными марками.

Высокая степень идентификации потребителями товарных марок по цветам представлена в таблице 2.

Таблица 2

Высокая степень идентификации потребителями товарных марок по цветам

Наименование компании	Цвет
Mc'Donalds	красный и желтый цвета
Coca-Cola	красный и белый
Yves Rocher	зеленый

Для отражения особенностей образа марки используются такой инструмент фирменный стиль как шрифт, который отражает также идентификацию современной компании и является компонентом имиджа.

Одним из эффективных инструментов фирменного стиля является корпоративные герои, которые позволяют реализовать функцию персонализации современной компании и её представления через посредника одушевленного характера, который позволяет вести коммуникацию между аудиторией и организацией. Корпоративные герои имеют такие черты, которые организация хотела бы транслировать своим потребителям о продукте [5].

В результате использования данных инструментов фирменного стиля можно достичь наиболее важного показателя в продвижении продукта, а именно высокой степени легко узнаваемости, что подтверждает необходимость формирования фирменного стиля в современной компании.

Таким образом, в процессе исследования необходимости формирования фирменного стиля современной компании, можем сделать вывод о том, что данная деятельность является многокомпонентной и формирует процесс непрерывного развития с целью повышения показателей эффективности развития компании.

Ключевым показателем эффективности при этом является коммуникативная эффективность.

Под фирменным стилем следует понимать комплекс средств и инструментов по формированию имиджа современной компании, под которым понимается комплекс информации с особенностями современной компании для потребителей, позволяющих наиболее легко диагностировать нужный товар на конкурентноспособном рынке.

Необходимость развития фирменного стиля подчинена потребности потребителя по восприятию и запоминанию товаров современной компании, а также специфических особенностей её деятельности и принципиальных основ работы. Если у современной компании развит фирменный стиль, то она имеет высокие способности и резервы по противопоставлению продукции на конкурентноспособном рынке.

В итоге, можем сделать вывод о том, что фирменный стиль представляет индивидуализацию современной компании, что позволяет сформировать определённый образ потребителей и повысить эффективность развития деятельности на рынке.

Библиографический список

1. Адаменко А.А., Шичиях Р.А. Влияние фирменного стиля компании на ее инвестиционную привлекательность // Вестник Академии знаний. – 2022. – №1 (48). – С.7-12.
2. Горбач П. П., Ковалевская Н. И. Современный подход к разработке фирменного стиля бренда (на примере сети аптек «КВЭРК») // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. – 2022. – №2 (261). – С.12-17.
3. Гринцевич Л.Б., Л.М. Булло Л.М. Создание конкурентного преимущества продуктов за счет дизайнерских решений и защиты интеллектуальной собственности // Вестник ВГТУ. – 2024. – №1. – С.41-25.
4. Исаакова А. А., Марченко М. Н. Особенности восприятия шрифтовых и знаковых логотипов // Бизнес и дизайн ревю. 2023. №1 (29). – С.10-16.
5. Разуда А.И., Прохожев О.А. Шрифт как объект интеллектуальной собственности // Вестник науки. – 2024. – №5 (74). – С.22-26.
6. Федорова А. В., Лагутина М. А., Буханов Г. В. Проектирование вариативных систем визуальной идентификации бренда как инновационный подход в коммуникативном дизайне // Российская школа связей с общественностью. – 2023. – №31. – С.34-38.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 33

Чжан Ф. Оценка эффективности развития регионального экономического пространства

Assessment of the effectiveness of development of the regional economic space

Чжан Фан,

аспирант Алтайского государственного университета

Zhang Fan,

graduate student of Altai State University

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются особенности реализации механизмов оценки эффективности развития регионального экономического пространства. Для этого автор анализирует практическую значимость оценки эффективности, кратко упоминает сущность применяемых механизмов. Рассматриваются также преимущества и недостатки таких инструментов. Данная научная статья будет полезна для теоретиков и практиков, преподавателей и студенческого состава, широкого круга читателей.

Ключевые слова: оценка эффективности, региональная экономика, региональное экономическое развитие, региональное экономическое пространство, современное состояние, механизм оценки эффективности развития.

Abstract. This article examines the features of the implementation of mechanisms for assessing the effectiveness of the development of the regional economic space. To do this, the author analyzes the practical significance of performance assessment and briefly mentions the essence of the mechanisms used. The advantages and disadvantages of such tools are also considered. This scientific article will be useful for theorists and practitioners, teachers and students, and a wide range of readers.

Keywords: efficiency assessment, regional economy, regional economic development, regional economic space, current state, mechanism for assessing the effectiveness of development.

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

Оценка эффективности развития регионального экономического пространства – сам по себе термин сложный, дискуссионный. Прежде всего, это связано с отсутствием единого понимания того, что же такое региональное экономическое пространство. Исследователи расходятся в позициях по данному вопросу. Например, остается актуальным обсуждение, является ли это инструментом управленческой деятельности на территории региона страны или же это уникальная многомерная система, в которую входит совокупность материальных и нематериальных объектов. В любом случае, вне зависимости от того, какой из представленных выше вариантов использовать, тем не менее, очевидным выступает сложный и многосоставный характер данного образования, большое число разнообразных объектов, входящих в структуру [3]. В

рассматриваемом контексте это имеет значение, поскольку оценка эффективности развития регионального экономического развития реализуется, главным образом, через оценку эффективного каждого структурного элемента в отдельности.

Итак, региональное экономическое пространство включает совокупность различных социально-экономических институтов, среди которых следующие:

- нормативные: правовые источники, законодательные акты, иные документы;
- производственные ресурсы: человеческий капитал, земля, непосредственно капитал в материальном выражении;
- разного рода географические особенности: климат, территориальное расположение, конфигурация;
- функционирование органов власти и иных профильных субъектов: контакт власти и предпринимательства, конкуренция и, напротив, кооперация; иное [1; 3].

Предполагается, что максимальная эффективность развития регионального экономического пространства может быть достигнута через эффективность каждого отдельного элемента, а также их совокупную продуктивность. В связи с этим, эксперты называют наиболее адекватным и применимым инструментом управления региональное стратегическое управление.

Обратимся непосредственно к реализации механизмов оценки эффективности.

Проведение оценки эффективности подразумевает реализацию внутри этой системы следующих сложных комплексных аналитических процессов. Во-первых, это непосредственно анализ экономических показателей развития региона, о чем кратко уже упоминалось выше. Среди таковых следует обозначить, например, ВВП (пожалуй, ключевой показатель в рассматриваемой системе), уровень безработицы, инвестиционная привлекательность и другие. Это позволяет составить наиболее общее впечатление об актуальном состоянии экономики региона [4].

Во-вторых, необходим также выход за рамки конкретного субъекта РФ, чтобы произвести сравнительную характеристику подобных показателей с другими регионами данного федерального округа, либо в целом с общероссийскими. Это требуется, чтобы понять, насколько в настоящее время регион находится в конкурентоспособном состоянии, какой потенциал для развития имеется и по каким направлениям. Также позволяет определить наиболее «болевые» точки субъекта.

В-третьих, следует обратить внимание также на проведение оценки эффективности использования доступных ресурсов и вложений, а также иных проектов, программ, мероприятий, направленных на комплексное развитие региона. Наличие подобных инструментов допускает не только предполагаемое успешное развитие в дальнейшем, но также позволяет проанализировать, насколько в настоящее время эффективно проводится работа по инвестиционному развитию региона. Также

реальный инструмент для определения «точек роста», включает дополнительно анализ перспектив технологического развития региона, его конкурентоспособности в данном отношении [2].

В-четвертых, следует также проводить комплексное исследование социально-экономических аспектов развития региона, т.е., проанализировать экономику в ее тесной связи с реальным практическим применением. Например, имеется в виду уровень экологической устойчивости региона, показатели доступности населения к объектам систем здравоохранения и образования, а также ряд иных аналогичных сведений, характеризующих уровень жизни в целом. Это позволяет понять, насколько количественные показатели, выраженные «на бумаге», имеют относимость к реальности, определить проблемные аспекты регионального экономического развития, а также перспективные направления совершенствования [2].

Кроме того, следует рассматривать и ряд других актуальных показателей – например, это уровень коррумпированности, бюрократии и другое. Каждое из данных направлений предполагает также оценку внутри, и там уже применяются математические формулы, анализ статистических показателей и другие инструменты, которые делают подобную аналитику более относимой к реальности, актуальной по временным характеристикам, а также эффективной.

В общем и целом, эффективность пространственного развития региона, как отмечают субъекты РФ, необходимо анализировать сразу в двух различных моментах. Во-первых, это степень достижения ранее установленных целей пространственного развития. Во-вторых, нельзя игнорировать также соотношение полученных в рамках подобной аналитики результатов и затраченных на это ресурсов различных характеристик – т.е., стандартное понимание механизма эффективности как такового [5].

В рамках реализации механизмов оценки эффективности экономисты рекомендуют использовать крайне востребованный на практике метод построения целей по технологии SMART, т.е., через определение целей конкретными, ориентированными во времени, реальными, измеримыми, достижимыми. Например, именно по такой технологии определены цели в Стратегии пространственного развития РФ на период до 2025 года, чья эффективность также регулярно подвергается оценке. Для регионов SMART будет вдвойне действенным инструментом планирования и последующей оценки.

Иными словами, наиболее эффективным механизмом оценки уровня развития регионального экономического пространства предполагается учет комплекса различных социально-экономических показателей, определяющих общее состояние конкретного субъекта РФ на современном историческом этапе [5]. Сравнительный

анализ с опытом предыдущих лет или других регионов страны позволит также произвести данный процесс более эффективно, получить более качественный результат.

Эксперты отмечают, что на практике следует рассматривать по-разному анализ, который предполагает исследование многолетнего опыта, а также показатели за несколько лет. Это важно, поскольку в первой ситуации для проведения оценки используются общие показатели экономической деятельности и развития региона в целом, во второй же акцент делается на уровень и качество жизни населения данного субъекта РФ. Например, это средний показатель продолжительности жизни, прожиточный минимум, уровень безработицы, а также другие.

В конечном итоге, следует сделать вывод о том, что эффективность развития регионального экономического пространства в практическом смысле выражается в конкретных количественных и качественных показателях, включающих и деятельность органов власти, и функционирование юридических лиц, и качество жизни, уровень удовлетворения потребностей населения. Иными словами, это стратегически важный и крайне значимый практически объект управления, внутренние элементы которого взаимосвязаны и находятся во взаимовлиянии друг на друга.

Подведем итоги рассматриваемому в настоящей статье практическому вопросу.

Прежде всего, как уже кратко отмечалось выше, региональное экономическое пространство – это сложная многогранная практическая категория, определение сущности которой и в настоящее время является дискуссионным вопросом для ученых-экономистов. Для макроэкономики региональное экономическое пространство представляет стратегическое значение [1].

Поэтому крайне необходимо осуществлять оценку механизмов эффективности развития региональных экономических пространств, чтобы не только определить перспективные направления или обнаружить проблемные точки, но также системно и комплексно проанализировать современное состояние экономики региона. Это можно сделать только с помощью исследования совокупности различных показателей, которые кратко рассмотрены в настоящей статье.

Как отмечено в исследовании, оценка эффективности в рассматриваемом контексте основана на анализе всех ключевых элементах социально-экономического развития региона. Именно социально-экономических, поскольку обращение к обществу с позиции экономики позволяет понять, насколько население испытывает удовлетворенность своих потребностей, т.е., насколько экономика региона достигает поставленных целей и задач. Для общего понимания эффективности развития регионального экономического пространства это представляется крайне важным.

В связи с изложенным, наиболее очевидным и логичным инструментом управления пространственным развитием в подобной ситуации представляется региональное стратегическое управление, на что также делают отсылку в своих научных исследованиях современные ученые-экономисты [2; 4]. При этом реальная применимость стратегического управления на практике, его эффективность может отличаться даже в пределах субъектах одного федерального округа. На это, к слову, также имеется научно обоснованная точка зрения.

В конечном итоге, следует отметить, что механизмы оценки эффективности развития регионального экономического пространства характеризуются следующими ключевыми признаками: реальность, системность, комплексность, многосоставность, высокий уровень практикоориентированности и другие. Полученные в результате проведенной оценки эффективности итоги являются важными не только в контексте реализации государственного управления (например, это важно при разработке и утверждении бюджета региона), но также имеют существенный научно-исследовательский, образовательный характер, а также будут значимыми в дальнейшем, при проведении различных историко-архивных разработок [5]. Это касается не только работы по конкретному региону, но также и макроэкономического уровня в целом.

Библиографический список

1. Буров, М.П. Региональная экономика и управление территориальным развитием: учебник для магистров. – М.: ИТК «Дашков и К», 2019. – 2-е изд. – 446 с.
2. Гаврилова, М.В., Данилова, Н.В. Мониторинг развития региональных экономических систем // Вестник Российского университета кооперации. – 2019. – № 13. – С. 156-161.
3. Дорофеев, А.Ф., Чунихин, А.С. Критерии эффективности региональной экономической политики // Инновации в АПК: проблемы и перспективы. – 2019. – № 1 (21). – С. 116-121.
4. Котов, А.В. Оценка эффективности инструментов региональной политики // Экономика региона. – 2020. – № 16. – Вып. 2. – С. 352-362.
5. Федорова, Е.А., Черникова, Л.И., Мусиенко, С.О. Оценка эффективности регионального управления // Экономика региона. – 2019. – № 13. – С. 111-116.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

УДК 658.8

Кукитз П.В. Вызовы и перспективы внедрения инструментов генеративного искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность бизнеса

Challenges and prospects of implementing generative artificial intelligence tools in business marketing activities

Кукитз Паул Васильевич

технический директор ООО «Рестомания», г. Москва, Россия
Kukitz Paul Vasilevich
СТО Restomania LLC, Moscow, Russia

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию вопросов формирования инновационного маркетинга в бизнесе за счет средств генеративного искусственного интеллекта. Генеративный искусственный интеллект, благодаря доступности, функциональности и практичности, становится перспективным инструментом для современных маркетологов, а также способствует переходу к инновационному маркетингу. Внедрение искусственного интеллекта также сопряжено с рядом вызовов: риски нормативно-правового характера, вопросы безопасности данных, этические проблемы, сложность экономического обоснования затрат и высокая стоимость разработки собственных систем. Для максимизации преимуществ и минимизации рисков предлагается стратегия контролируемого внедрения генеративного искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность, основанная на определении допустимых задач, разработке инструкций, регламентов и постоянном развитии культуры этического применения. По итогам проведенного исследования делаются выводы, что успешная интеграция генеративного искусственного интеллекта в маркетинг четкой регламентации, контроля и согласования стратегий цифровизации с общей стратегией развития бизнеса.*

***Ключевые слова:** генеративный искусственный интеллект, инновационный маркетинг маркетинговая деятельность, риски искусственного интеллекта, перспективы искусственного интеллекта, повышение эффективности маркетинга.*

***Abstract.** The article focuses on exploring the formation of innovative marketing in business using generative artificial intelligence tools. Generative artificial intelligence, due to its accessibility, functionality, and practicality, is becoming a promising tool for modern marketers and contributes to the transition to innovative marketing. The implementation of artificial intelligence also poses several challenges: regulatory and legal risks, data security issues, ethical problems, the complexity of economic justification of costs, and high costs of developing proprietary systems. To maximize benefits and minimize risks, a strategy of controlled implementation of generative artificial intelligence in marketing activities is proposed, based on defining acceptable tasks, developing instructions, regulations, and continuous development of a culture of ethical use. Based on the research findings, it is concluded that the successful integration of generative artificial intelligence into marketing requires clear regulation, control, and alignment of digitalization strategies with the overall business development strategy.*

***Keywords:** generative artificial intelligence, innovative marketing, marketing activities, artificial intelligence risks, artificial intelligence prospects, marketing efficiency improvement.*

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

Инновационные цифровые трансформации национальной экономики оказывают существенное влияние на функционирование бизнес-субъектов, поскольку формируют вызовы цифрового неравенства и актуализируют вопросы их преодоления, сопряженные с планомерным внедрением цифровых технологий в функционирование бизнес-структур. Так, цифровые трансформации бизнеса рассматриваются в качестве неизбежного и долгосрочно-ориентированного направления в стратегиях развития, движение к которому неразрывным образом построено на постепенном внедрении передовых технологий в хозяйственную практику и ключевые подсистемы бизнеса: управленческие, инновационные, производственные, маркетинговые и т. п. Конкретизируя обозначенное под современные реалии, заметим, что растущая популярность инструментов генеративного искусственного интеллекта демонстрирует, что такие инструменты все чаще находят собственное применение в различных задачах функционирования бизнеса, приобретают основополагающее значение в контексте повышения конкурентоспособности, оптимизации деятельности и снижения издержек. Однако достижение таких эффектов на практике сопряжено с многими сложностями, во избежание которых необходимо комплексно учитывать вызовы и перспективы внедрения инструментов генеративного искусственного интеллекта в деятельность бизнеса, чему будет посвящено настоящее исследование.

С точки зрения маркетинга (как значимой и оказывающей существенное влияние на итоги функционирования бизнеса подсистемы), внедрение инструментов генеративного искусственного интеллекта видится особенно актуальным, ввиду обширных функциональных возможностей и способности поддерживать ключевые процессы маркетинговой активности, формировать автоматизированные каналы взаимодействия с потребителями, построенные на соответствующих интеллектуальных подсистемах. Искусственный интеллект в маркетинге и его генеративные функции стоит рассматривать как прикладной способ совершенствования маркетинговых кампаний, улучшения аналитики данных и повышения управляемости процессов за счет применения прикладной инновации.

Цель исследования – охарактеризовать вызовы и перспективы внедрения инструментов генеративного искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность бизнеса.

Прикладной характер инновационного роста и развития бизнеса за счет применения инструментов искусственного интеллекта обуславливается перспективностью таких инструментов в решении аналитических и рутинных (типовых) задач, с конечной направленностью на повышение эффективности и поддержку принятия управленческих решений. Так, согласно данным с портала *tadviser*, искусственный интеллект обладает потенциалом формирования экономического

эффекта в пределах до свыше 26 трлн. долл. США с соответствующим снижением нагрузки на персонал, отвечающий за типовые задачи. Кроме того, по данным все того же портала, маркетинг и клиентское обслуживание входят в десять самых популярных областей применения программного обеспечения с внедренным на его базе искусственным интеллектом; за счет использования такого программного обеспечения формируется дополнительная выручка [3]. Подобное свидетельствует в пользу необходимости рассмотрения искусственного интеллекта как средства улучшения маркетинговой деятельности бизнеса, ввиду его инновационного и функционального характера применения.

Инновационное развитие маркетинговой деятельности бизнеса за счет применения искусственного интеллекта, как подчеркивают О.Н. Миргородская и О.В. Иванченко, является в целом результатом активного развития феномена интернет-маркетинга, в котором высшей ценностью является включение потребителя в бизнес, с его удержанием и поддержанием роста показателей выручки и прибыли. В исследовании авторов приводятся достаточно примечательные данные о преимуществах искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности бизнеса, что сгруппировано на рис. 1:



Рис. 1. Преимущества искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности бизнеса, составлено по [5].

Обращаясь к рис. 1, заметим, что данные преимущества во многом сводятся к преимуществам финансово-экономического характера, который достигается за счет сокращения затрат, уменьшения временных потерь. В целом такие эффекты от внедрения инструментов искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность бизнеса регистрируются многими учеными. Например, Д.А. Шевченко и соавторы рассматривают сокращение расходов на создание креативных рекламных кампаний и формирование уникальных имиджевых характеристик в качестве ключевого влияния искусственного интеллекта на рекламную деятельность (что достигается за счет использования больших данных, чат-ботов, а также средств генеративного искусственного интеллекта с обработкой контента) [8].

М.А. Бронников подчеркивает, что инновационный рост бизнеса за счет применения инструментов искусственного интеллекта в маркетинге связан с быстротой реализации маркетинговых комплексов, построенных на системе ценностей, среди которых:

1) направленность процесса продаж и взаимодействия с потребителем на имеющуюся у бизнеса информацию;

2) формирование новых подходов к организации деятельности, например, самообслуживания, в ходе которого интеллектуальные системы осуществляют поддержку выбора клиента (например, рекомендательные системы маркетплейсов);

3) использование инструментов генеративного искусственного интеллекта для поддержки деятельности специалиста, консультации, генерации идей, контента, видоизменения, решения типовых задач и т. д. [1].

Фокусируясь именно на инструментах генеративного искусственного интеллекта, выделим работу А.Е. Слицкой, которая выделяет систему маркетинговых задач, эффективно решаемых в бизнесе с применением искусственного интеллекта. Особая роль в таких задачах отводится задачам, сопряженным с генерацией контента, при исполнении которых средствами искусственного интеллекта создаются изображения, видео, тексты, впоследствии находящие применение в маркетинге или использующиеся в качестве основы для улучшения маркетинга. Не можем не согласиться с позицией автора по вопросам ожиданий от применения искусственного интеллекта; А.Е. Слицкая подчеркивает, что современные компании и маркетологи во многом имеют ошибочные представления о генеративном искусственном интеллекте как универсальном средстве и инструменте, который позволит заменить сотрудников. Однако автор отмечает, что современные системы, несмотря на их высокую функциональность и реальную ценность для бизнеса, способны допускать критические ошибки, ввиду отсутствия «человечности» и ориентации на весь комплекс условий, обстоятельств, ситуативного реагирования [6]. Дополняя рассуждения автора, выделим необходимость строго

контроля за результатами применения генеративного искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности бизнеса, что первично связывается со способностью сотрудника критически оценивать полученные результаты работы искусственного интеллекта, улучшать их, устранять неточности или интерпретировать под специфические особенности конкретного бизнеса.

Рассмотрение генеративного искусственного интеллекта как маркетинговой инновации обозначено нами во главу исследования не случайно, поскольку в целом инновационный маркетинг связывается как с применением передовых технологий в маркетинге, так и улучшением продуктов или услуг на основе инноваций. Выделим тезисы исследования Е.О. Камчатковой, В.В. Бурлакова и М.А. Яхьяева, которые рассматривают маркетинговые инновации в качестве ключевого фактора повышения конкурентоспособности бизнеса и также указывают на двойственную структуру феномена инноваций в маркетинговой деятельности бизнеса. Авторами выделяется система черт инновационного маркетинга:

Во-первых, создание уникальных вариантов продуктов и/или услуг (в том числе конфигураций или отдельных элементов таковых) с учетом проводимых исследований потребительских предпочтений.

Во-вторых, внедрение новых способов производства, новых технологий, инструментов (в том числе цифровых) для продвижения продуктов и/или услуг в условиях рынка.

В-третьих, формирование стратегий инновационно-ориентированного роста, построенных на решении задач привлечения внимания целевых потребителей.

В-четвертых, видоизменение имиджа и бренда компании, построенных на инновациях, повышающих интерес целевой аудитории к бизнесу.

В-пятых, применение цифровых технологий, аналитики данных, специальных показателей цифрового маркетинга для улучшения деятельности бизнеса [4].

Учитывая представленные черты инновационного маркетинга, выделим его двойственную природу графически (рис. 2):



Рис. 2. Составляющие инновационного маркетинга, составлено автором.

Так, инновационный маркетинг становится все более доступным для современных компаний именно за счет применения нейросетей, ярким представителем которых является генеративный искусственный интеллект.

Концептуальные преимущества внедрения генеративного искусственного интеллекта для формирования инновационного маркетинга компании и приобретения эффектов от последнего сопряжены с системой отличительных черт внедрения генеративного искусственного интеллекта, среди которых наиболее целесообразными становятся:

- простота доступа и общая доступность (облачные сервисы генеративного искусственного интеллекта, представленные в форме интерфейса (диалогового окна) между пользователем и площадкой);
- относительно низкая стоимость, в отличие от собственных систем (в том числе на рынке существуют бесплатные решения, которые находят применение в деятельности бизнеса);
- быстрое подключение, практически не связанное с традиционными барьерами цифровизации (достаточно авторизоваться на сайте разработчика или создать аккаунт для начала использования генеративных инструментов искусственного интеллекта);
- масштабируемость и улучшение под специфические задачи за счет подключения API, что отражает открытость искусственного интеллекта к улучшениям.

Кроме того, как пишут Т.Р. Бурханов и В.А. Кошель, преимуществом генеративного искусственного интеллекта является его разнообразие, которое представлено по меньшей мере семью доступными для организации эффективного инновационного маркетинга решениями. Каждое из таких решений позволяет выполнять собственные задачи, которые сводятся к генерации различного рода контента, от программного кода, простого текста, изображений или идей, до аналитики, систематизации информации, поддержки деятельности человека и улучшения уже имеющихся результатов человеческого (интеллектуального труда) [2]. Отметим, что по мере продолжения роста рынка искусственного интеллекта количество доступных сервисов с его применением будет расширяться. Однако все сервисы и в целом внедрение генеративного искусственного интеллекта связываются с системой вызовов, среди которых А.В. Федотова называет:

- риски нормативно-правового характера;
- вопросы безопасности данных и конфиденциальности при использовании сторонних систем;
- необходимость соблюдения этических принципов при использовании искусственного интеллекта;
- сложность экономического обоснования затрат на формирование искусственного интеллекта;
- высокая стоимость разработки собственных систем [7].

Соглашаясь с обозначенными вызовами, заметим, что для максимизации преимуществ и сокращения воздействия вызовов, необходимо трансформировать маркетинговую деятельность за счет инструментов генеративного искусственного интеллекта при реализации соответствующих инновационных стратегий. В таком случае применение генеративного искусственного интеллекта будет осуществляться с ориентацией на контроль, определение допустимых задач, в которых целесообразно применение искусственного интеллекта, а также формированием протоколов (инструкций) для работы с инструментами. Формирование подобной стратегии сгруппировано на рис. 3:



Рис. 3. Стратегия внедрения генеративного искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность бизнеса, составлено автором.

Подобная стратегия отражает концептуальную сторону внедрения генеративного искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность бизнеса, что построено на:

- контролируемом применении искусственного интеллекта;
- непрерывном улучшении достигаемых результатов;
- определении маркетинговых задач, в которых допустимо использование искусственного интеллекта;
- формировании инструкций и регламентов работы с инструментами;
- постоянном развитии культуры этичного (осознанного) применения инструментов;
- отслеживании целевых показателей эффективности, которые прогнозируются руководством с упором на «успешное» внедрение.

Таким образом, результаты проведенного исследования вызовов и перспектив внедрения инструментов генеративного искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность бизнеса позволяют заключить, что ключевая перспектива такого внедрения – переход к инновационному маркетингу, основанному на применении инноваций как для организации маркетинговой деятельности и её улучшения, так и для непосредственного удовлетворения целей маркетинговой активности бизнеса.

Генеративный искусственный интеллект, ввиду собственной доступности и удобства, видится перспективным инструментом в руках современных маркетологов, что исходит из его функциональности, доступности, относительной простоты и практичности применения. Однако такое применение всегда сопряжено с определенными рисками и требует осознанности, достижение которой возможно только за счет четкой регламентации вопросов применения искусственного интеллекта сотрудниками и контроля за данными процессами. Целесообразнее всего осуществлять внедрение искусственного интеллекта с ориентацией на стратегии цифровых трансформаций, которые согласуются со стратегиями маркетинга, инновационной деятельности и др. политиками в области развития бизнеса.

Библиографический список

1. Бронников, М.А. Применение искусственного интеллекта в маркетинге / М.А. Бронников // Экономика и социум. – 2022. – № 6-1(97). – С. 449-453.
2. Бурханов, Т.Р. Роль нейросетей в маркетинговом продвижении компании на b2c рынке / Т.Р. Бурханов, В.А. Кошель // Практический маркетинг. – 2023. – № 12. – С. 4-10.
3. Искусственный интеллект (мировой рынок). – Режим доступа: <https://clck.ru/3AabzG> (Дата обращения: 01.05.2024).
4. Камчатова, Е.Ю. Роль маркетинговых инноваций в повышении конкурентоспособности предприятия / Е.Ю. Камчатова, В.В. Бурлаков, М.А. Яхъев // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 3. – С. 4-7.
5. Миргородская, О.Н. Использование технологий искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности зарубежных и российских ритейл-компаний / О.Н. Миргородская, О.В. Иванченко // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2021. – № 3(75). – С. 87-96.
6. Слицкая, А.Е. Применение искусственного интеллекта в маркетинге / А.Е. Слицкая // Практический маркетинг. – 2023. – № 12. – С. 77-80.
7. Федотова, А.В. Искусственный интеллект как фокус развития цифровой экономики: теоретические и практические аспекты / А.В. Федотова // Московский экономический журнал. – 2021. – № 6. – С. 476-487.
8. Шевченко, Д.А. Использование возможностей искусственного интеллекта в рекламе / Д.А. Шевченко, Е.М. Крюкова, В.В. Зеленов, В.В. Галстян // Практический маркетинг. – 2024. – № 1. – С. 60-64.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 33

Атнагулова К.И. Обзор инструментов денежно-кредитной политики Банка России

Review of Bank of Russia monetary policy instruments

Атнагулова К.И.

студент,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Уфимский филиал),
Уфа, Россия
Научный руководитель:

Рахматуллина Ю.А.

к.э.н., доцент,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Уфимский филиал),
Уфа, Россия
Atnagulova K.I.

student,
Financial University under the Government of the Russian Federation
(Ufa branch),
Ufa, Russia

Scientific adviser:

Rakhmatullina Yu.A.

Ph.D., Associate Professor,

Financial University under the Government of the Russian Federation
(Ufa branch),
Ufa, Russia

Аннотация. В данной статье исследуется денежно-кредитная политика Центрального банка России и анализируются используемые им инструменты. Денежно-кредитная политика влияет на ряд экономических факторов: уровень инфляции, курс валюты, доступность экономических ресурсов и т.д. Цель данной работы заключается в изучении и анализе инструментов денежно-кредитной политики Банка России. К методам исследования можно отнести анализ, сравнение, статистическое иллюстрирование результатов анализа. Так, в ходе проведенного исследования самый высокий показатель уровня инфляции отмечался в 2022 году – 11,94%. Изменение уровня инфляции в рамках рассматриваемого периода (2020-2024 гг.) составило +2,9%. В апреле 2024 года ключевая ставка имеет резкое увеличение и составляет 16%, следовательно, изменение ключевой ставки в рассматриваемый период составляет +11,75%. В 2022 году отмечается повышение курса рубля – доллар США составляет 65,4 руб., евро – 69,2 руб. Это самые низкие показатели в рамках исследуемого периода. С 2020 по 2024 год изменение доллара США по отношению к рублю составляет +18,8 руб., евро +9,6 руб. Изменение курса китайского юаня составляет +2,1 руб. К основным инструментам денежно-кредитной политики относятся: изменение ключевой ставки; контроль резервных требований; осуществление операций на внутреннем и внешнем рынках; введение ограничений и лимитов для финансово-кредитных организаций и т.д.

Ключевые слова. Денежно-кредитная политика, Центральный банк России, инфляция, курс рубля, экономический рост.

Abstract. *This article examines the monetary policy of the Central Bank of Russia and analyzes the tools it uses. Monetary policy affects a number of economic factors: the level of inflation, the exchange rate, the availability of economic resources, etc. The purpose of this work is to study and analyze the monetary policy instruments of the Bank of Russia. The research methods include analysis, comparison, and statistical illustration of the analysis results. Thus, in the course of the study, the highest inflation rate was recorded in 2022 – 11.94%. The change in the inflation rate during the period under review (2020-2024) was +2.9%. In April 2024, the key rate has a sharp increase and is 16%, therefore, the change in the key rate in the period under review is +11.75%. In 2022, there is an increase in the ruble exchange rate – the US dollar is 65.4 rubles, the euro is 69.2 rubles. These are the lowest figures within the study period. From 2020 to 2024, the change in the US dollar against the ruble is +18.8 rubles, euro +9.6 rubles. The change in the exchange rate of the Chinese yuan is +2.1 rubles. The main instruments of monetary policy include: changes in the key rate; control of reserve requirements; operations on domestic and foreign markets; introduction of restrictions and limits for financial and credit institutions, etc.*

Keywords. *Monetary policy, the Central Bank of Russia, inflation, the ruble exchange rate, economic growth.*

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

Введение. Денежно-кредитная политика (далее – ДКП), или другими словами – монетарная, представляет собой воздействие на количество денежных средств в обращении. «Денежно-кредитная политика проводится Центральным Банком России. В результате проведения эффективной денежно-кредитной политики отмечается снижение уровня инфляции и стабилизация инфляционных ожиданий экономических агентов. Денежно-кредитная политика включает в себя деятельность по управлению денежной массой и созданию доступных экономических условий для субъектов по отношению к кредитным ресурсам или экономическим целям» [6].

ДКП – это набор мер, предпринимаемых правительством, чтобы контролировать ключевые аспекты экономики, такие как уровень инфляции или курс валюты. Эти меры помогают формировать экономическую среду и предотвращать отрицательные тенденции. В России, как и во многих других странах, ДКП определяет Центральный банк.

ДКП оказывает воздействие на ряд ключевых экономических показателей: «инфляция; уровень безработицы; темпы экономического роста; курс валюты; доступность кредитов и выгодность вкладов; инвестиционная привлекательность страны; уровень деловой активности. До 1 декабря каждого года Банк России разрабатывает основные направления ДКП на следующий год. ЦБ прорабатывает негативный, базовый и позитивный сценарии и определяет, как будет меняться денежно-кредитная политика в каждом из них. В том числе на основе направлений ДКП правительство рассчитывает бюджет на следующий год» [3].

Объекты и методы исследования.

Фокус исследования направлен на действия, осуществляемые Центральным банком России в рамках его денежно-кредитной политики. К методам данного исследования можно отнести: теоретические (анализ и синтез), эмпирические (сравнение), математические (визуализация статистических данных).

Экспериментальная часть. Главной задачей ДКП является обеспечение устойчивости курса рубля, что достигается через обеспечение стабильности цен. По отношению к инфляции необходимо поддержание уровня 4%.

Принципы ДКП [2]:

- установление постоянно действующей публичной количественной цели по инфляции;
- реализация ДКП в условиях плавающего валютного курса;
- применение ключевой ставки и коммуникации как основных инструментов ДКП;
- принятие решений по ДКП на основе макроэкономического прогноза;
- информационная открытость.

Операционная цель ДКП – «поддержание однодневных ставок денежного рынка вблизи ключевой ставки. Для достижения этой цели Центральный банк использует систему инструментов: аукционы и операции постоянного действия по предоставлению и абсорбированию ликвидности, обязательные резервы» [3].

В целях проведения анализа денежно-кредитной политики Банка России необходимо рассмотреть основные показатели.

Динамика уровня инфляции за последние 4,5 года представлена на Рисунке 1.

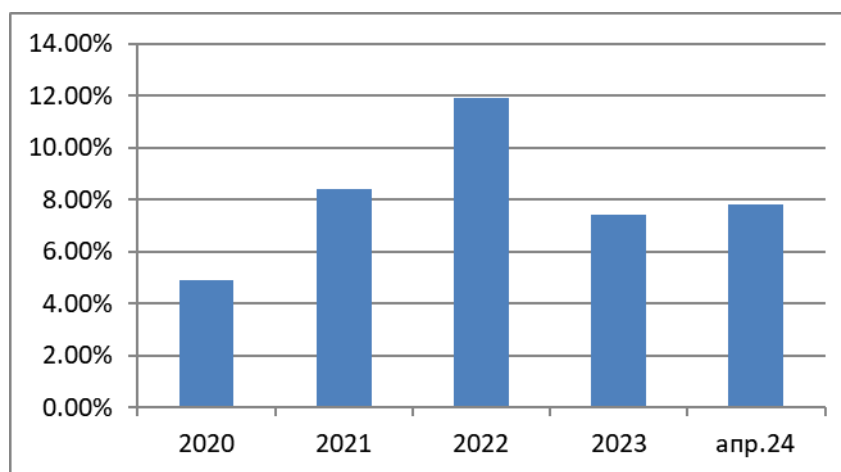


Рисунок 1 – Динамика уровня инфляции в период с 2020 по 2024 гг., % [4]

Как видно, самый высокий показатель уровня инфляции отмечался в 2022 году – 11,94%. Данное повышение объясняется экономической ситуацией, санкциями и многими другими причинами. При этом изменение уровня инфляции в рамках рассматриваемого периода составило +2,9%. Значение инфляции показывает, насколько ослабла или укрепилась валюта. Рост инфляции отмечается в случаях падения курса рубля и превышения спроса над предложением. Однако в период с 2020 по апрель 2024 года отмечается умеренный уровень инфляции, так как показатель не превышает 10% в год – это приемлемый уровень для экономики.

Далее необходимо рассмотреть динамику ключевой ставки Банка России (рис. 2).

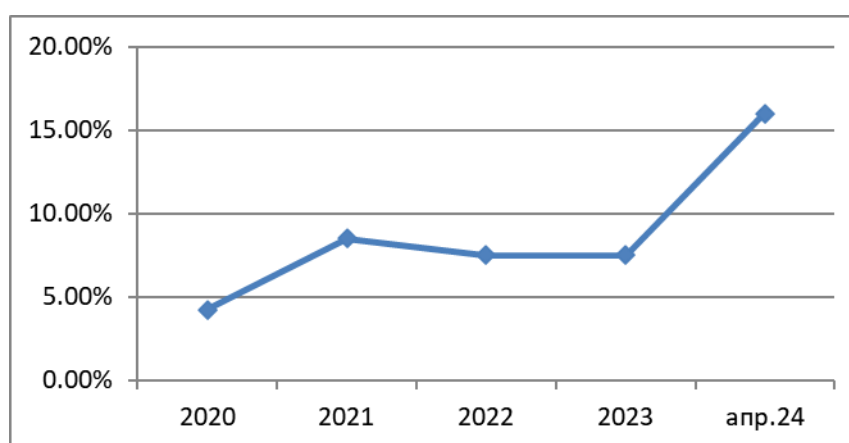


Рисунок 2 – Динамика ключевой ставки, 2020-2024 гг., % [4]

Ключевая ставка представляет собой показатель, который определяет процент Банка России по кредитованию финансовых организаций. При этом ключевая ставка Центрального банка является базовым инструментом в определении ставки со стороны коммерческих банков для клиентов по всей стране. В апреле 2024 года ключевая ставка имеет резкое увеличение и составляет 16%, следовательно, процентное изменение ключевой ставки в рассматриваемом периоде составляет +11,75%. Ключевая ставка устанавливается Советом директоров Банка России восемь раз в год. Изменение ключевой ставки оказывает влияние на кредитную и экономическую активность, а в долгосрочной перспективе помогает достичь главной цели денежно-кредитной политики – обеспечения ценовой стабильности, то есть умеренной и устойчивой инфляции. Резкое повышение ключевой ставки до 16% в апреле 2024 года обусловлено существенными изменениями во внешних условиях, воздействующих на нашу экономику. Чтобы предотвратить рост цен, смягчить угрозы для финансовой стабильности, обеспечить привлекательность депозитов и защитить сбережения

граждан от девальвации, необходимо было поднять процентные ставки до уровня, который компенсирует девальвационные и инфляционные риски.

Динамика курса валют представлена в Таблице 1.

Таблица 1

Динамика курса валют, 2020-2024 гг. [4]

	Доллар США	Евро	Китайский юань
2020	74.0563	90.0734	10.5052
2021	73.7172	83.3260	11.4197
2022	65.4395	69.2511	10.3859
2023	90.7659	99.1598	12.0573
Апрель2024	92.8884	99.6355	12.6113

В 2022 году отмечается повышение курса рубля – доллар США составляет 65,4 руб., евро – 69,2 руб. Это самые низкие показатели в рамках исследуемого периода. С 2020 по 2024 год изменение доллара США по отношению к рублю составляет +18,8 руб., евро +9,6 руб. Изменение курса китайского юаня составляет +2,1 руб.

Результаты. В 2024-2025 гг. планируется дальнейшее проведение трансформационной политики государства в рамках денежно-кредитной деятельности Банка России. При этом характер политики должен быть умеренным по сравнению с предыдущим периодом, так как отмечается завершение восстановительного процесса. Планируемый показатель инфляции – 4%, экономического роста – 1,5-2%, ключевая ставка – 7-9% [2].

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что к основным инструментам ДКП относятся [5]:

1. Изменение ключевой ставки для контроля уровня инфляции и стимулирования роста экономики.
2. Регулирование резервных требований для обеспечения коммерческих банков своими долговыми обязательствами.
3. Операции на внутреннем и международном рынках: размещение облигаций федерального займа, проведение валютных интервенций, контроль за денежной массой на национальном рынке.
4. Введение ограничений, запретов и лимитов для финансово-кредитных организаций.
5. Мониторинг эффективности текущей финансовой политики и ее изменений.
6. Рефинансирование кредитов, предоставленных коммерческим банкам.

Также могут быть использованы официальные заявления и письма от Центрального банка и Министерства финансов.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 N 86-ФЗ (с изм. и доп. 23.04.2024) – Справочно-правовая система Консультант плюс.
2. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2024 год и период 2025 и 2026 годов (утв. Банком России).
3. Карпов П. Денежно-кредитная политика. URL: <https://secrets.tinkoff.ru/> (дата обращения: 21.05.2024).
4. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 21.05.2024).
5. Сулягина Е.В. Особенности денежно-кредитной политики Банка России на современном этапе. URL: <https://elar.urfu.ru/> (дата обращения: 21.05.2024).
6. Штунь В.А. Денежно-кредитная политика России: прошлое, настоящее, будущее, 2021 г. С. 44-49. URL: <https://elar.urfu.ru/> (дата обращения: 25.05.2024).
7. Гусманов И.У., Рахматуллина Ю.А., Юнусова Р.Ф. Состояние кредитно-денежной системы России в условиях экономического давления западных стран// Дискуссия.-2022.- №2 (117). – с.120-132

ЭКОНОМИКА И ПРАВО

УДК 33

Дубков С.Н., Круглов Н.А. Исследование влияния правового регулирования на экономические аспекты развития земельно-имущественных отношений

Study of the influence of legal regulation on the economic aspects of the development of land and property relations

Дубков Сергей Николаевич,

студент 2-го курса,

Факультета управления территориями

Московского государственного университета геодезии и картографии

Круглов Николай Анатольевич,

старший преподаватель кафедры Земельного права и государственной

регистрации недвижимости Московского государственного университета геодезии и

картографии

Dubkov Sergey Nikolaevich,

2nd year student,

Faculty of Territory Management

Moscow State University of Geodesy and Cartography

Kruglov Nikolay Anatolevich,

senior lecturer at the Department of Land Law and State Registration of Real Estate, Moscow State

University of Geodesy and Cartography

***Аннотация.** В данной статье рассматривается влияние правового регулирования на экономические аспекты развития земельно-имущественных отношений. Основное внимание уделено анализу ключевых направлений правового регулирования, направленных на повышение экономической эффективности использования земли (земельных участков), как объекта имущественных прав.*

В статье выделяются следующие правовые вопросы: совершенствование правового регулирования землепользования, модернизация правовых механизмов управления недвижимостью, улучшение кадастровой и регистрационной систем, внедрение инновационных правовых инструментов, а также вопросы налогового регулирования земельно-имущественных отношений.

Исследование включает обзор правовых норм, направленных на стимулирование инвестиций в земельные и имущественные ресурсы, и анализ их воздействия на экономический рост и развитие регионов. Особое внимание уделяется вопросам налоговой политики и ее роли в оптимизации использования земельных и имущественных ресурсов.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о необходимости комплексного подхода к правовому и налоговому регулированию земельно-имущественных отношений для обеспечения устойчивого экономического развития и повышения эффективности использования земельных и имущественных ресурсов.

***Ключевые слова:** правовое регулирование, земельно-имущественные отношения, экономическая эффективность, землепользование, управление недвижимостью, кадастровая оценка.*

***Abstract.** This article examines the influence of legal regulation on the economic aspects of the development of land and property relations. The main attention is paid to the analysis of key areas of legal regulation aimed at increasing the economic efficiency of using land (land plots) as an object of property rights.*

The article highlights the following legal issues: improving the legal regulation of land use, modernizing legal mechanisms for real estate management, improving cadastral and registration systems, introducing innovative legal instruments, as well as tax regulation issues

land and property relations.

The study includes an overview of legal norms aimed at to stimulate investment in land and property resources, and analysis of their impact on economic growth and development of regions. Particular attention is paid to tax policy issues and its role in optimizing the use of land and property resources.

The results of the study allow us to conclude that there is a need for an integrated approach to legal and tax regulation land and property relations to ensure sustainable economic development and increase the efficiency of use of land and property resources.

Keywords: *legal regulation, land and property relations, economic efficiency, land use, property management, cadastral valuation.*

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

Земельно-имущественные отношения играют ключевую роль в экономическом развитии любого государства. Эффективное использование земельных и имущественных ресурсов может существенно повысить экономическую стабильность, стимулировать инвестиционную активность и способствовать устойчивому развитию регионов.

В этом контексте правовое регулирование земельно-имущественных отношений становится важным инструментом для достижения этих целей.

Правовые механизмы, регулирующие землепользование и управление недвижимостью, претерпевают значительные изменения в ответ на экономические вызовы и потребности общества [1].

Совершенствование законодательства, модернизация правовых норм и внедрение инновационных инструментов правового регулирования направлены на создание благоприятных условий для развития земельно-имущественного комплекса [1].

Кроме того, важным аспектом правового регулирования является налоговая политика, оказывающая прямое влияние на экономическую эффективность использования земельных и имущественных ресурсов [1].

Налоговые механизмы могут стимулировать или, напротив, сдерживать развитие данного сектора экономики. Поэтому исследование вопросов налогового регулирования в контексте земельно-имущественных отношений является необходимым для понимания общей картины и выработки рекомендаций по улучшению правового регулирования [2].

Настоящая статья посвящена исследованию основных направлений правового регулирования земельно-имущественных отношений и их влиянию на экономическую эффективность.

В рамках исследования проведен обзор действующих правовых норм, анализ их влияния на экономическое развитие и предложены рекомендации по совершенствованию правовой и налоговой политики в данной сфере. Комплексный подход к изучению правовых и налоговых аспектов позволит выявить ключевые направления для повышения эффективности использования земельных и имущественных ресурсов, что в конечном итоге будет способствовать устойчивому экономическому развитию.

В настоящее время правовое регулирование землепользования направлено на обеспечение рационального и эффективного использования земельных ресурсов. Одним из ключевых аспектов является упрощение процедур предоставления земельных участков для различных видов деятельности. Например, в Российской Федерации принят Федеральный закон № 171-ФЗ от 23 июня 2014 года, который упрощает процесс оформления прав на земельные участки для индивидуального жилищного строительства и садоводства.

Этот закон способствует сокращению административных барьеров и ускоряет процесс получения необходимых документов.

Конкретным примером успешного применения данного закона является развитие дачных и садоводческих кооперативов в Подмосковье.

Упрощение процедур позволило значительно увеличить количество зарегистрированных земельных участков и построек, что стимулировало развитие пригородной зоны и повышение ее привлекательности для жителей мегаполисов [2].

Эффективное управление недвижимостью требует наличия современных правовых механизмов, которые обеспечивают прозрачность и безопасность сделок. В этом контексте важным шагом стало внедрение системы электронной регистрации прав на недвижимость [3].

В частности, в Российской Федерации с 1 января 2017 года действует Федеральный закон от 13.07.2015 № 218-ФЗ «О государственной регистрации недвижимости», который предусматривает электронную форму подачи документов и сокращение сроков регистрации. Это способствует повышению инвестиционной привлекательности недвижимости и снижению рисков для инвесторов.

Примером успешной модернизации является запуск Единого государственного реестра недвижимости (ЕГРН). Данный реестр объединяет информацию о правах на недвижимость и кадастровые данные, что существенно упрощает доступ к информации и ускоряет процесс регистрации сделок.

В результате время на регистрацию прав сократилось с нескольких недель до нескольких дней, что значительно повышает эффективность рынка недвижимости.

Порядок регистрации права собственности

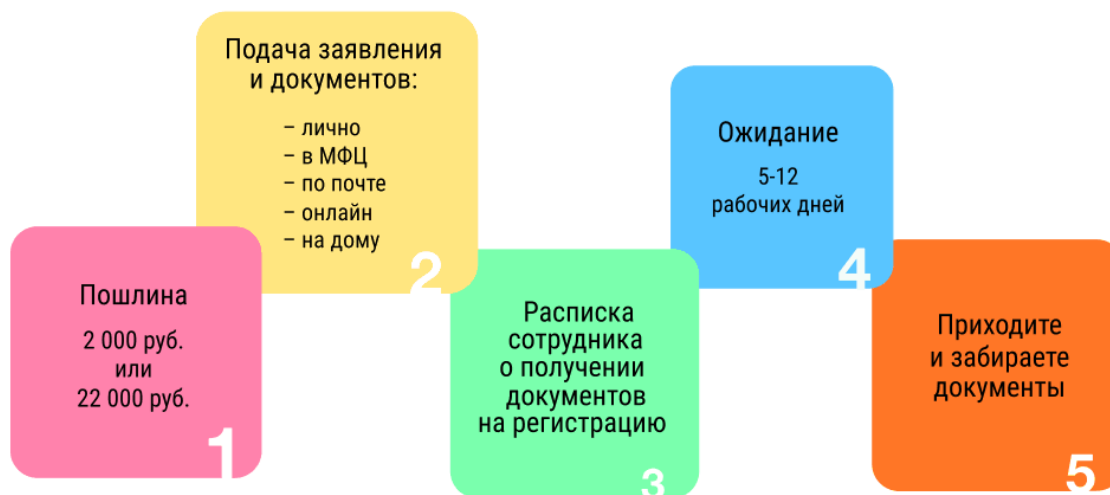


Рис. 1 – Порядок регистрации права собственности после введения ЕГРН [4].

Например, в Московской области время регистрации прав сократилось до 5 рабочих дней, что значительно облегчило процесс для застройщиков и собственников недвижимости.

Одним из ключевых факторов эффективного управления земельными и имущественными ресурсами является наличие достоверных кадастровых данных. В этой связи важным мероприятием является проведение кадастровой оценки земель и объектов недвижимости [3].

Так, Федеральный закон от 03.07.2016 № 237-ФЗ «О государственной кадастровой оценке» вводит единые правила проведения оценки и повышает ее точность. Это позволяет обеспечить справедливое налогообложение и способствует оптимизации использования земельных и имущественных ресурсов.

Конкретным примером успешного применения данного закона является проведение кадастровой переоценки земельных участков в Санкт-Петербурге в 2018 году.

В результате переоценки были уточнены кадастровые стоимости более 200 тысяч участков, что позволило повысить справедливость налогообложения и выявить неиспользуемые или неправомерно использованные земельные ресурсы. Дополнительные налоговые поступления от пересмотренной оценки были направлены на развитие городской инфраструктуры и социальных программ.

Современные вызовы требуют внедрения инновационных правовых инструментов, таких как механизмы государственно-частного партнерства (далее - ГЧП). В частности, Федеральный закон от 13.07.2015 года № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» устанавливает правовые основы для реализации проектов ГЧП, что позволяет привлекать частные инвестиции в развитие инфраструктуры и недвижимости.

Примером успешного применения механизма ГЧП является проект строительства трассы М-11 «Нева», связывающей Москву и Санкт-Петербург. Этот проект реализован с использованием средств частных инвесторов и государственных вложений, что позволило не только ускорить строительство, но и повысить качество инфраструктуры.

В результате была создана современная автомагистраль, способствующая улучшению транспортной логистики и экономическому развитию регионов, через которые она проходит.

Ещё одним примером является проект по строительству объектов спортивной инфраструктуры к Чемпионату мира по футболу 2018 года в России.

В рамках этого проекта были построены стадионы и сопутствующая инфраструктура в нескольких городах страны, что способствовало развитию этих регионов и повышению их инвестиционной привлекательности.

Представляется целесообразным, также отметить, что ключевую роль в регулировании земельно-имущественных отношений играет налоговая политика [1].

Введение земельного налога и налога на имущество стимулирует рациональное использование земельных и имущественных ресурсов. Примером успешного налогового регулирования является практика кадастрового налогообложения, при которой налоговая база определяется на основе кадастровой стоимости объекта [1].

Это способствует справедливому распределению налоговой нагрузки и стимулирует эффективное использование недвижимости [1].

В Москве внедрение кадастрового налогообложения позволило увеличить поступления в бюджет города, что, в свою очередь, дало возможность направить дополнительные средства на развитие городской инфраструктуры и улучшение социальной сферы.

Например, в 2018 году доходы от налога на имущество физических лиц в столице составили около 55 миллиардов рублей, что на 20% больше по сравнению с предыдущим годом.

В рамках российской практики можно отметить внедрение механизма налога на добавленную стоимость (НДС) при сделках с недвижимостью. Данный налоговый инструмент направлен на повышение прозрачности рынка недвижимости и предотвращение теневых схем. Например, при строительстве и продаже жилых комплексов с применением НДС обеспечивается лучший контроль за финансовыми потоками, что помогает предотвращать уклонение от уплаты налогов. Применение НДС способствует улучшению контроля за сделками и увеличению поступлений в бюджет, а также снижению коррупционных рисков в сфере недвижимости [3].

Настоящее исследование позволяет утверждать, что правовое регулирование земельно-имущественных отношений играет решающую роль в повышении экономической эффективности использования земли, как объекта имущественных прав. Совершенствование законодательства, модернизация правовых механизмов управления, улучшение кадастровой и регистрационной систем, внедрение инновационных инструментов и грамотная налоговая политика способствуют созданию благоприятных условий для развития данного сектора экономики. Комплексный подход к регулированию земельно-имущественных отношений является необходимым условием для обеспечения устойчивого экономического развития и повышения инвестиционной привлекательности регионов страны.

Библиографический список

1. Галиновская Елена Анатольевна, влияние реализации социально-экономической политики Российской Федерации на правовое регулирование земельных отношений, [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-realizatsii-sotsialno-ekonomicheskoy-politiki-rossiyskoy-federatsii-na-pravovoe-regulirovanie-zemelnyh-otnosheniy> (дата обращения: 20.05.2024).

2. Регулирование земельно-имущественных отношений в России: правовое и геопространственное обеспечение, оценка недвижимости, экология, технологические решения [Текст]: сб. материалов V Национальной научно-практической конференции, 24-26 ноября 2021 г., Новосибирск. В 3 ч. Ч. 2. - Новосибирск: СГУГиТ, 2022. - 256 с. (дата обращения: 20.05.2024).

3. Юрикова, Ю. Ю. Теоретические аспекты формирования механизма регулирования земельных отношений/ Ю. Ю. Юрикова // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2018 .- № 3.- С. 250-257. -

doi:10.17238/issn2071-2243.2018.3.250.

URL: <https://rucont.ru/efd/673734> (дата обращения: 20.05.2024).

4. Центр отраслевой разработки ЖКХ, Регистрация права собственности на квартиру, [Электронный ресурс]

URL: <https://vgkh.ru/articles/registraciya-prava-sobstvennosti/> (дата обращения: 20.05.2024).

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 338

Афанасьев Е.А. Предпринимательство в условиях глобализации экономики

Entrepreneurship in a globalized economy

Афанасьев Евгений Александрович

Магистрант ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург
Afanasyev Evgeny Alexandrovich
Graduate student of the Ural State University of Economics, Yekaterinburg

***Аннотация.** В статье рассмотрены актуальные вопросы места предпринимательства в условиях глобализации экономики. Дана характеристика функционально-физического подхода для анализа предпринимательства, внутри которого выделены шесть обобщенных взаимосвязанных функций. Дан анализ технологии целенаправленного поиска инновационных решений в предпринимательстве в условиях глобального рынка.*

***Ключевые слова:** предпринимательство, глобализация экономики, интеграция, инновации, функционально-физический подход.*

***Abstract.** The article deals with topical issues of the place of entrepreneurship in the context of economic globalization. A characteristic of the functional-physical approach for the analysis of entrepreneurship is given, within which six generalized interrelated functions are identified. The analysis of the technology of purposeful search for innovative solutions in entrepreneurship in the conditions of the global market is given.*

***Keywords:** entrepreneurship, economic globalization, integration, innovation, functional and physical approach.*

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

Современное развитие мира характеризуется двумя основными тенденциями. Во-первых, это процессы глобализации. Сегодня этими процессами пронизаны все области общественной жизни - политика, экономика, образование, наука, производство и т. д. Во-вторых, - приоритетность признания инновационного типа развития экономики, опирающейся на факторы научно-технического развития. Возникла новая глубинная внутренняя связь науки, техники и производства [1].

Сегодня глобализация характеризуется системной интеграцией мировых рынков и региональных экономик, всех сфер человеческой деятельности, в результате чего наблюдается ускоренный экономический рост, ускорение внедрения современных

технологий и методов управления. При этом изменения, вызываемые процессами интеграции экономик, носят глубинный характер, затрагивают все сферы деятельности человека, ставят задачу приведения к соответствию социальных параметров развития общества, его политической структуры, технологий макроэкономического управления.

Можно сказать, что современная глобализация характеризуется системным сдвигом в динамике мировой экономической системы. Если раньше успех предпринимательства зависел больше от классической комбинации факторов производства, то сегодня этот успех в значительной степени определяется сложной (нелинейной) комбинацией элементов знаний, интеграцией этих факторов и технологий, объединением капитала, информационных и интеллектуальных ресурсов [2].

Кроме того, предпринимательство все менее привязано к какой-либо стране или территории при возросшей информативной зависимости, а обращение к и инновациям и инвестициям становится важнейшим условием успеха. Таким образом, можно выделить следующие основные характерные черты современной глобализации:

- 1) создание единого мирового информационного пространства;
- 2) усиливающаяся финансовая и инвестиционная централизация, с помощью которой формируются, накапливаются, выделяются и используются кредитные и инвестиционные ресурсы;
- 3) растущее значение информации, новых технологий, инноваций, знаний и экспертов;
- 4) непрерывное расширение глобальной олигополии;
- 5) рост слоя транснациональных предприятий, создание транснациональной экономической дипломатии;
- 6) интенсификация мировой торговли и обслуживающего ее капитала, несмотря на рост господства последнего над производством и торговлей;
- 7) тенденция к конвергенции механизмов и инструментов управления производственными процессами [3].

В связи с этим в ближайшие годы процесс глобализации будет характеризоваться:

- интеграцией экономического и информационного развития экономик, созданием единого информационного и инвестиционного пространств;
- интеграцией рынков, систем управления рынками и производственными системами;
- опережающим развитием информационных и телекоммуникационных технологий; – созданием новых инвестиционных техно логий, опирающихся на достоверное информационное обеспечение, жесткую нормативно-правовую

регламентацию инвестиционных решений на международном, межгосударственном уровнях;

– использованием высоких технологий во всех сферах жизни и производства, что вызовет необходимость коренного переоснащения материально-технической базы всех видов деятельности человека, что приведет к существенным изменениям образа жизни и мыслей человека;

– гармоничным, сбалансированным развитием инфраструктуры инвестиционного рынка, интеграцией функций и инструментов инвестиционных институтов;

– унификацией, канонизацией инвестиционного законодательства, созданием межгосударственных соглашений в области инвестиций и управления капиталом, усилением его влияния на инвестиционные процессы;

– возможностью перемещения капитала в любую страну, которая предлагает более выгодные условия для инвестиций [3].

Субъектами, выявляющими и реализующими новации с целью превращения их в инновации, являются предприниматели. Следовательно, можно утверждать, что предпринимательская активность в условиях глобализации увеличивается.

В условиях глобализации социально-экономических процессов занятие эффективной предпринимательской деятельностью становится чрезвычайно сложным, требующим от предпринимателя не только тех или иных практических навыков и знаний экономики и юриспруденции, но и владения специальными методами, позволяющими системно подойти к анализу проблемной ситуации, уметь прогнозировать последствия тех или иных действий, находить предпринимательские инновационные решения не случайно, а на основе анализа закономерностей развития конкретной предметной области, нести не только финансовую, но и моральную, этическую и политическую ответственность за «рыночное вытягивание» соответствующих идей. Происходит переосмысление содержательных понятий предпринимательства, предпринимательская деятельность получает новое наполнение [4].

Исследователями разработан функционально-физический подход для анализа предпринимательства, позволяющий представить предпринимательскую деятельность в виде сложного процесса, тесно связанного с другими видами человеческой деятельности, внутри которого можно выделить шесть обобщенных взаимосвязанных функций. Физическая реализация этих функций, собственно, и составляет понятие предпринимательства. Такими функциями являются:

1. Выявление потребностей и обоснование способов их удовлетворения;
2. Генерация идей и создание новаций;
3. Предоставление ресурсов;
4. Управление предпринимательскими структурами;

5. Выполнение конкретных работ по реализации предпринимательского замысла;

6. Принятие, частичное принятие или непринятие по тем или иным причинам нового блага, созданного в процессе предпринимательской деятельности.

Главным критерием выбора того или иного способа реализации указанных функций является предпринимательская прибыль, которая в течение некоторого промежутка времени должна быть выше средней прибыли других хозяйствующих субъектов в данной сфере экономической деятельности.

Использование функционально - физического подхода позволило решить целый ряд проблем, связанных с предпринимательством в современных условиях. Определены роль и место предпринимателя в современном мире, установлены критерии, по которым та или иная человеческая деятельность может быть отнесена к предпринимательской, найдена и объяснена причина огромнейшего интереса к предпринимательству на рубеже XX и XXI веков. Также получены ответы на более частные, но очень важные вопросы - о роли и видах собственности, необходимой для реализации предпринимательской деятельности, чему и как учить предпринимателей, о возможности предпринимательства в некоммерческих сферах и т. д.

На основе функционально-физического анализа разработана типология предпринимательства, одним из признаков которой является историческая форма возникновения и существования предпринимательской деятельности. В современных условиях предприниматель является аналитиком, деятельность которого основывается на умении разбираться в огромном потоке приходящей информации, умении работать с достижениями прикладных и фундаментальных наук [5].

Для повышения эффективности предпринимательства в современных условиях разработаны инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур. Одной из составляющих частей указанных механизмов являются технологии целенаправленного поиска инновационных решений. Именно технологии целенаправленного поиска инновационных решений позволят предпринимателям на научной основе подходить к обоснованию новых предпринимательских идей в любых сферах предпринимательства и, прежде всего, в предпринимательской производственной деятельности. Разработка теоретических основ технологий целенаправленного поиска инновационных решений в предпринимательстве становится базой общей теории нововведений.

Технологии целенаправленного поиска инновационных решений в предпринимательстве определяются тремя основными принципами:

1. Базовый принцип, лежащий в основе технологии целенаправленного поиска инновационных решений.

2. Принцип историзма или ретроспективный анализ.
3. Принцип единой формализации.

Базовый принцип составляет основу всей технологии целенаправленного поиска. В качестве базовых принципов автор предлагает использование информационного (негэнтропийного) подхода или закономерностей строения и развития техники, как наиболее полного воплощения развития всего рукотворного мира.

Принцип историзма может быть реализован в виде иерархической матрицы удовлетворения потребностей, которая кроме ретроспективного анализа должна включать и перспективные способы удовлетворения потребности, которые на сегодняшний день еще не могут быть реализованы, но не противоречат существующей физической картине мира.

В качестве принципа единой формализации очень удобно использование функционально - физического анализа.

Технологии целенаправленного поиска инновационных решений становятся главным инструментом современного предпринимателя, действующего в условиях протекания глобализационных процессов. Они позволяют не только концептуально обосновывать новые предпринимательские идеи, но и значительно уменьшить величину предпринимательского риска, не допустить или своевременно предупредить негативные тенденции, которые могут возникнуть при реализации новшеств.

Первопричиной неопределенности, подразумевающей в экономической трактовке противоречивость и альтернативность любого процесса в экономике (связанного с ее развитием), выступает воздействие нестабильности внешней среды (рынок, государство) и внутренней среды (движение оборотных средств, физический и моральный износ основных фондов, субъективные решения менеджеров и пр.) на любой вид предпринимательской деятельности [7]. Неопределенность основных переменных предпринимательской деятельности негативно влияют как на величину конечного спроса на производственные ресурсы, так и на способность фирм реагировать на его изменение.

Следует отметить, что два принципиально важных явления оказывают ключевое воздействие на долгосрочные перспективы инновационного развития – и, соответственно, на формирование инновационных стратегий.

Во-первых, это глобализация и глобальная конкуренция, спрессовывающие время выхода на рынки, вынуждающие и компании и страны ускорять инновационные действия, все быстрее производить жизнеспособные товары и услуги. Все более активное влияние на инновационные процессы оказывает появление в мировом научно-технологическом пространстве новых глобальных игроков. Усиливается роль международного обмена технологиями, транснациональных корпораций, мобильности

кадров и др. Одновременно все более инновационными становятся предлагаемые решения глобальных проблем (борьба с болезнями, энергетика, изменение климата, вода, безопасность и противостояние терроризму) [6].

Во-вторых, это усложнение инноваций, междисциплинарный, межотраслевой характер которых делает соответствующие инвестиции все дороже и рискованней. Большинство фирм уже не могут заниматься инновациями в одиночку, поддерживать все необходимые исследования, получать информацию о рынках и др. Проблема заключается в том, как объединять усилия, привлекать знания со стороны, не теряя самостоятельности и не нанося ущерба собственным интересам [2].

Библиографический список

1. Анализ и оценка сценариев социально-экономического развития России в условиях санкционной блокады и непредсказуемости глобальных трендов мировой экономики (Зимовец А.В., Климачев Т.Д.) // Экономические отношения. № 1 / 2023
2. Кулик А.В. Анализ проектов внутрифирменного предпринимательства в организациях // Креативная экономика. – 2024. – Том 18. – № 5. – doi: 10.18334/ce.18.5.120985.
3. Невмывако В.П. Промышленно-технологическая кооперация крупного бизнеса и структур малого и среднего предпринимательства: опыт РФ и зарубежных стран в сфере технологического импортозамещения // Экономика и социум: современные модели развития. – 2021. – Том 11. – № 2. – С. 169-202. – doi: 10.18334/ecsoc.11.2.112107.
4. Попов Е.В., Симонова В.Л., Данилова М.К. Типология межфирменных взаимодействий международного предпринимательства // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 4. – С. 1231-1250. – doi: 10.18334/ce.16.4.114610.
5. Ронами В.С. Влияние организационной структуры компании на ее устойчивость в условиях глобализации рынков. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2023;22(4):36-41. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-36-41>
6. Хабыев Я.М. Инновационное предпринимательство в условиях глобализации мировой экономики. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2015;(42):143-160.
7. Хандамова Э.Ф., Щепакин М.Б., Жаманкулова Д.С. Развитие коммуникационных сетей в условиях маркетингово-поведенческой адаптации бизнеса к требованиям мобилизационной ориентации экономики // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Том 14. – № 4. – С. 1025-1042. – doi: 10.18334/ep.14.4.120665.

УДК 338

Афанасьев А.А. Управление цепочкой создания потребительской ценности в международном менеджменте

Managing the consumer value chain in international management

Афанасьев Андрей Александрович

Магистрант ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург
Afanasyev Andrey Alexandrovich
Graduate student of the Ural State University of Economics, Yekaterinburg

***Аннотация.** В статье рассмотрены актуальные вопросы создания потребительской ценности в условиях деятельности глобальных компаний на международном рынке. Представлен обзор международных маркетинговых исследований кросс-культурных различий в поведении глобальных потребителей, что позволяет маркетинг-менеджменту компании определять ожидаемые искомые ценности потребителей из разных культур.*

***Ключевые слова:** потребительская ценность, международный рынок, глобальные компании, маркетинг-менеджмент, кросс-культурные различия.*

***Abstract.** The article deals with topical issues of creating consumer value in the context of global companies' activities on the international market. An overview of international marketing research on cross-cultural differences in the behavior of global consumers is presented, which allows the company's marketing management to determine the expected desired values of consumers from different cultures.*

***Keywords:** consumer value, international market, global companies, marketing management, cross-cultural differences.*

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

В теории и практике международного менеджмента и маркетинга предполагается, что в бизнес-процессах основной и вспомогательной внешнеэкономической деятельности глобальных компаний создаются унифицированные потребительские ценности бренда, компании, ее товаров и услуг. При этом маркетинг-менеджмент транснациональных компаний фокусируется не на различиях в поведении глобальных потребителей, а на обобщении их ценностей.

Проведенный обзор восьмидесяти шести международных маркетинговых исследований кросс-культурных различий в поведении глобальных потребителей показал, что исследователи выявляют как различия, так и сходства в поведении потребителей из разных культур. Однако в нашем обзоре выявлено, что в большем количестве исследований ученые приходят к выводу о наличии существенных различий

в поведении потребителей из разных культур. Поскольку в теории и практике маркетинга и поведения потребителей доказано, что основой поведения и выбора современного потребителя является его субъективно воспринимаемая ценность брендов, товаров, услуг, можно говорить и о наличии различий в потребительских ценностях глобальных потребителей.

Такие выводы требуют пересмотра стандартизированного подхода менеджмента глобальной компании к управлению цепочкой создания потребительской ценности. В рамках такого подхода компания не сегментирует потребителей по кросс-культурным различиям в их ценностях, определяющих потребительское поведение и выбор. В связи с этим возникает необходимость модернизации хорошо известных в менеджменте моделей управления цепочкой создания потребительской ценности и актуализации ее для глобального бизнеса. Одной из самых известных моделей управления бизнесом на основе аксиологического подхода является цепочка создания потребительской ценности Майкла Портера, разработанная им еще в 1985 году. В данной модели Майкл Портер рассмотрел возможности создания потребительской ценности в бизнес-процессах основных видов деятельности компании, которые создают потребительскую ценность, а также во вспомогательных видах деятельности, поддерживающих условия для создания ценностей [4].

Позднее ученые Юлдашева О.У., Неганова В.П. и другие видоизменили и дополнили эту модель посредством включения элементов, отражающих в условиях профицитных рынков следующую маркетинговую концепцию: «удовлетворение потребностей, предоставление ценностей потребителям – первично, получение прибыли – вторично». Ученые П. Дойль, А. Сливотски, Д. Моррисон, А.М. Николаев, С.Ю. Полонский, С.В. Никифорова развили модель цепочки создания потребительской ценности описанием походов к взаимодействию структурных подразделений компании в процессе создания потребительской ценности [3;7].

С нашей точки зрения выявление различий в поведении и ценностях потребителей из разных культур приводит к необходимости дальнейшей модернизации модели цепочки создания потребительской ценности, особенно для глобальной компании в силу специфики ведения бизнеса на рынках разных стран/культур. Методика традиционного анализа, проведенного отдельными исследователями, основывалась на анализе существующих в менеджменте моделей управления бизнесом, а именно, моделей цепочки создания потребительской ценности, разработанных зарубежными и российскими учеными. В дополнение к данной методике проанализированы результаты проведенного контент анализа 86 международных кросс-культурных исследований поведения глобальных потребителей за шестнадцатилетний период, начиная с 2001 года. Для анализа были выбраны исследования кросс-культурных различий в поведении

конечных глобальных потребителей, опубликованные в ведущих международных маркетинговых и отраслевых журналах International Marketing Review, Journal of Consumer marketing, European Journal of Marketing, Journal of Business Research и других [8;9]. Ряд ученых определяют цепочку создания потребительской ценности как взаимосвязанный цикл операций по разработке, производству, реализации и доставке потребителю ценности. Мы сфокусируемся на вопросах управления цепочкой создания потребительской ценности для конечного потребителя. Из приведенной выше дефиниции следует, что ключевым фактором производственно-экономической деятельности компании становится создание потребительской ценности.

Действительно, в условиях гиперконкурентных рынков маркетинг-менеджмент компаний, разрабатывая стратегии развития бизнеса, начинает обращаться к философской категории «ценность». Обобщая дефиниции понятия «ценность» в психологии, философии, экономической теории, аксиологии, в маркетинговой науке мы можем кратко определить ценность как эмоциональное, субъективное восприятие потребителем полезности, важности, значимости товара, услуги, бренда. Как экономическую категорию ценность можно определить как соотношение преимуществ, которые получает потребитель в результате приобретения и использования товара, услуги, бренда и затратами на его приобретение и использование [5].

С нашей точки зрения все управленческие решения по созданию бизнесом потребительской ценности, прежде всего, должны базироваться на исследованиях ценностей потребителей. Потребительская ценность формируется под влиянием внутренних и внешних факторов. Внутренние факторы определяются психологическими особенностями потребителей и могут быть описаны такими конструктами, как и восприятие, намерение, отношение, предпочтения потребителей и т. д.

Анализ международных кросс-культурных исследований потребительского поведения показал, что, изучая различия в поведении глобальных потребителей, исследователи чаще всего обращаются к изучению следующих психологических конструктов, определяющих потребительскую ценность: намерение потребителей к покупке (в 13 % исследований от 86 и также далее), отношение, предпочтения, восприятие и внимание в равной степени в 12 % исследований, удовлетворенность и разочарование в 10 % исследований. Внешние факторы оказывают влияние на формирование ценности потребителя как члена социальной/культурной группы.

Проведенный контент анализ международных кросс-культурных исследований потребительского поведения показал, что, изучая различия в поведении глобальных потребителей, исследователи чаще всего обращаются к изучению следующих внешних факторов, определяющих потребительскую ценность: культуры в 95 % исследований,

общества в 53 %, экономики в 21 %, маркетинговой деятельности рыночных субъектов в 19 % исследований. Вследствие того, что потребительские ценности динамично меняются в зависимости от внутренних и внешних факторов, авторами предложено поместить систему маркетинговых исследований искомых ценностей глобальных потребителей в начало цепочки создания потребительской ценности [2].

Управленческими решениями в отношении создания потребительской ценности посредством бизнес-процессов основных и вспомогательных видов деятельности глобальной компании должны предшествовать исследования и информационно-аналитическая база. Такая система исследований позволяет оценить ценности потребителей из разных культур, а также возможности конкурентов по генерированию ценностей альтернативными способами. Исследование ценностей потребителей является сложной и многоаспектной задачей. В теории и практике маркетинга и менеджмента признано, что потребительское поведение на современных рынках определяется ценностями, причем в своем выборе потребитель руководствуется не одной ценностью, а целой системой ценностей. Под системой ценностей глобального потребителя мы понимаем совокупность ценностей, которые определяют его выбор брендов, товаров/услуг на международном рынке в процессе принятия им решений. Причем вклад этих ценностей в выбор потребителя может быть различным, но только одна или две преобладающие ценности будут определять желание и готовность потребителя приобрести продукт независимо от уровня цены.

Большинство ученых признают многомерную природу потребительской ценности. Ценность может быть исследована и измерена в разных аспектах: как транзакционная, приобретенная, гедонистическая, утилитарная ценность и др. Автором предложено использование системы измерений потребительской ценности конечного потребителя, разработанной учеными Дж. Шетом, Б. Ньюменом и Б. Гроссом в рамках теории потребительских ценностей [1;6]. Учёные выделили пять ключевых ценностей, определяющих воспринимаемую ценность товара, услуги, бренда:

- функциональная ценность – полезность блага вследствие его функциональных характеристик и потребительских свойств;
- социальная (ассоциативная) ценность – полезность блага, вследствие его способности обозначать социальное положение потребителя, подчеркивать его статус;
- эмоциональная ценность – полезность блага вследствие его способности вызывать положительные эмоции при покупке и эксплуатации товара, услуги, бренда: удовольствие, восхищение, радость и др.;
- познавательная ценность – полезность блага вследствие его способности вызывать интеллектуальный интерес, формировать любознательность потребителя, возбуждать познавательную активность;

– относительная ценность – полезность блага, вследствие влияния внешних факторов на выбор потребителя.

В силу сложности и многомерности измерения ценностей потребителей только система, а не разовые исследования смогут дать обширный информационный массив данных для принятия обоснованных решений по созданию ценности для глобального потребителя. В проанализированных нами восьмидесяти шести международных исследованиях кросскультурных различий в поведении потребителей выявлено, что в 36 исследованиях, что составляет 42 % от всего пула исследований, выявлены существенные различия в поведении потребителей. В 30 исследованиях, что составляет 35 % от всех исследований, получен смешанный результат, выявлены как сходства, так и различия в поведении потребителей из разных культур. Незначительные различия в поведении потребителей выявлены в 9 исследованиях (10 % от всех исследований), не выявлены различия в 11 исследованиях (13 %) [2]. Эти данные показывают, что управлять цепочкой создания ценности нужно дифференцированно, для чего необходимо осуществлять кросскультурное сегментирование глобальных потребителей по ценностям.

Контент-анализ международных исследований кросс-культурных различий в поведении потребителей показал, что, выявив определенные различия в поведении и ценностях глобальных потребителей, в 72 % исследований ученые предлагают менеджменту глобальных компаний дифференцировать их маркетинговые и бизнес-стратегии. Это приведет к изменению и подстройке под динамичные потребительские ценности бизнес-процессов в подразделениях глобальной компании, осуществляющих основные виды деятельности: входящей логистики, производства, исходящей логистики, маркетинга, сервиса.

Вклад каждого подразделения компании в создание ценности, а на выходе в увеличение прибыльности бизнеса должен быть различным не только в силу специфики его функциональных обязанностей, но и в силу дифференцированного подхода к созданию ценностного предложения выявленным целевым сегментам. Вклад подразделений глобальной компании в создание потребительской ценности для увеличения прибыльности бизнеса может быть представлен в виде матрицы задач. Сегментирование глобальных потребителей по их системе ценностей позволит маркетинг-менеджменту компании определять ожидаемые искомые ценности потребителей из разных культур.

Анализ ожидаемых потребителями ценностей и реально возможных в условиях производственно-экономической деятельности ценностей позволит проектировать бизнес-процессы основных видов деятельности компании для соответствия их вполне понятным и объективно существующим ценностям потребителей. В этом случае на

выходе данной модели можно говорить о конечном результате не только в виде прибыли, но и в виде потребительской ценности, которая и определяет прибыль на гиперконкурентных глобальных рынках.

В заключение следует отметить, что анализ вклада бизнес-процессов подразделений глобальной компании в создание потребительской ценности и прибыль бизнеса, с нашей точки зрения, должен основываться на исследованиях и анализе общих ценностей и общих затрат потребителей из разных культур в процессе принятия решений о покупке и постпокупочного поведения. В качестве общих ценностей и издержек могут быть явные (денежные) и неявные (временные, психоэмоциональные, энергетические, социальные и другие). Качественные маркетинговые исследования позволяют вывить те общие затраты, которые снижают воспринимаемую глобальным потребителем ценность и удовлетворенность потребителей товаром, услугой, конкретным брендом.

Библиографический список

1. Дементьев В., Устюжанина Е. Включение отечественной экономики в глобальные цепочки создания стоимости: созидательный потенциал и риски // Российский экономический журнал. – 2016. – № 2. – с. 17-34.
2. Моисеичев Е, Мешкова Т. Анализ глобальных цепочек создания стоимости: возможности Форсайт-исследований. Foresight. [Электронный ресурс]. URL: <https://foresight-ournal.hse.ru/data/2017/06/14/1170591870/6-Мешкова-69-82.pdf>.
3. Моисеичев Е, Мешкова Т. Россия в глобальных цепочках создания добавленной стоимости: в поисках эффективной стратегии. Ictsd.org. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ictsd.org/bridges-news/мосты/news/россия-в-глобальных-цепочках-создания-добавленной-стоимости-в-поисках>.
4. Baldwin R. – Ito, T. – Sato H. (2014): The Smile Curve: Evolving Sources of Value Added in Manufacturing, March 2014, p. 1-3
5. Cattaneo O., Gereffi G., Miroudot S., Taglioni D. Joining, upgrading and being competitive in global value chains : a strategic framework. World Bank. [Электронный ресурс]. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/254001468336685890/Joiningupgrading-and-being-competitive-in-global-value-chains-a-strategic-framework>.
6. Dedrick Jason, Kraemer Kenneth L., Linden Greg Who Profits from Innovation in Global Value Chains? A Study of the iPod and notebook PC. Web.mit. [Электронный ресурс]. URL: http://web.mit.edu/is08/pdf/Dedrick_Kraemer_Linden.pdf.

7. Global Value Chain Development Report 2017 Measuring And Analyzing The Impact Of Gvcs On Economic Development.

8. Kaplinsky R., Morris M. A Handbook for Value Chain Research. Institute of Development Studies: Sussex. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf>.

9. Kowalski P., J.Lopez-Gonzalez, A. Ragoussis and C. Ugarte (2015). “Developing countries participation in global value chains and its implications for trade and trade related policies”, OECD Trade Policy Paper, No. 179, OECD Publishing .

УДК 338

Багин А.В., Матвеева А.И. Алгоритм управления продуктовым портфелем

Product portfolio management algorithm

Багин Андрей Владиславович

Магистрант ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург

Матвеева Алла Ивановна

д.ф.н., профессор ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург

Bagin Andrey Vladislavovich

Graduate student of the Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Matveeva Alla Ivanovna,

Ph.D., Professor, Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные вопросы управления продуктовым портфелем компании в условиях конкурентного рынка. Дана характеристика стратегии управления продуктовым портфелем в двух областях: разработка нового продукта (NPD) и существующие продукты по мере прохождения ими жизненного цикла продукта.

Ключевые слова: продукт, управление портфелем, стратегия, жизненный цикл, оптимизация.

Abstract. The article discusses current issues of managing the company's product portfolio in a competitive market. The product portfolio management strategy is characterized in two areas: new product development (NPD) and existing products as they go through the product lifecycle.

Keywords: product, portfolio management, strategy, lifecycle, optimization.

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

Управление продуктовым портфелем (PPM) используется для создания более подробного и конкретного плана для ассортимента продукции в целом. Управление этими продуктами позволяет расставлять приоритеты для потенциальных клиентов на рынке, планировать спрос и разумно распределять ресурсы. Управление продуктовым портфелем - это организация всех продуктов, предлагаемых компанией, и анализ их успеха.

В то время как некоторые компании могут предпочесть сосредоточить свое внимание на каждом продукте и на том, какое место он занимает на рынке, компания, использующая управление продуктовым портфелем, может захотеть найти рыночные возможности для всего своего портфеля. Анализируя и оценивая все аспекты

продуктового портфеля, компании могут гарантировать, что необходимые бюджеты инвестируются с учетом успеха продукта.

Стратегия управления продуктовым портфелем работает в двух областях: разработка нового продукта (NPD) и существующие продукты по мере прохождения ими жизненного цикла продукта. Эти элементы составляют продуктовой портфель, и управление ими на этом пути может создать основу для плавного процесса разработки.

Продуктовой портфель - это набор всех продуктов и услуг, которые предоставляет компания. Сюда входят продукты, которые продаются в настоящее время, продукты, находящиеся в ротации, или продукты, которые будут запущены в продажу. Эта коллекция продуктов может помочь компании определить потенциал роста, новые возможности, инвестиционные возможности и оценить риски.

Бесценная информация, полученная в результате управления портфелем, позволяет компании взглянуть на структуру своего бизнеса с всесторонней финансовой точки зрения, определить, какие части продуктового портфеля являются наиболее выгодными или наименее ценными, и соответствующим образом скорректировать предложения. Затем компании могут создавать дорожные карты продуктового портфеля, чтобы гарантировать оптимизацию каждого этапа процесса разработки продукта.

Дорожная карта продуктового портфеля - это комплексный маршрут, которому продукт следует на протяжении всего своего жизненного цикла и разработки. Несколько продуктов могут соответствовать одной и той же дорожной карте по мере прохождения процесса разработки от идеи до производства и завершения. С помощью управления жизненным циклом продукта создается дорожная карта для установления реалистичных ожиданий относительно сроков производства продукта. Эта временная шкала важна при управлении продуктовым портфелем, поскольку помогает визуализировать, как каждый продукт вписывается в общие стратегии и цели компании.

Управление продуктовым портфелем предлагает различные преимущества для оптимизации продуктового предложения компании и увеличения возможностей роста рынка. Эти преимущества укрепляют общую стратегию бизнес-структуры за счет создания надежного набора продуктов в портфеле и эффективного управления ими.

Оптимизация инвестиций. Управление вашим продуктовым портфелем поможет вам определить возможности для роста и денежные потребности, которые, возможно, никогда не были обнаружены иным способом. Бюджеты компаний хрупки и требуют обширных показателей и исследований для успешного распределения и увеличения

потенциальной отдачи от инвестиций. Когда продукты проанализированы и организованы в эффективные продуктовые портфели, деньги могут быть распределены справедливо, и каждая инвестиция будет использована для важных целей.

Практика показывает, что общие затраты снижаются в среднем на 10%, когда компания использует решения для повышения эффективности портфеля. Сокращается время вывода продукции на рынок. Благодаря лучшему пониманию тенденций рынка и того, насколько ваши продуктовые линейки соответствуют текущим потребностям рынка, эффективное попадание товаров в руки покупателей становится более достижимым. Управление продуктовым портфелем оптимизирует весь процесс разработки продукта и помогает быстрее выводить продукты на рынок.

Реагировать на изменения рынка. Более глубокое понимание ваших производственных процессов позволяет вам быстро определить, как изменения на рынке могут повлиять на ваш текущий продуктовый портфель. Это понимание позволит выявить, какие внешние факторы повлияют на ваш продукт и компанию в целом, и эффективное реагирование на них будет более мгновенным.

Создание конкурентных рычагов воздействия. После сокращения времени вывода продукции на рынок и легкого реагирования на изменения открывается больше возможностей для использования рыночного спроса и предложения. Способность распознавать текущую роль вашего продукта на рынке и то, в чем ваш продукт может иметь преимущество перед другими конкурентами в будущем, бесценна.

Улучшение сотрудничества. Сотрудничество в продуктовых командах процветает в среде, где приоритет отдается подготовке и коммуникации. Когда вы постоянно управляете и организуете различные бизнес-процессы и передаете эту информацию всему персоналу компании, возникает меньше вопросов и ошибок, которые обычно возникают из-за недопонимания.

Повышение производительности продукта. Чем лучше организация внутри компании, тем лучше видны возможности роста и потенциальные решения существующих проблем. Успешный план управления продуктовым портфелем предоставит вам ключи к повышению производительности и действенности.

Как управлять своим продуктовым портфелем. Управление вашим продуктовым портфелем начинается с проведения инвентаризации различных аспектов вашей компании, которые влияют на каждый этап процесса разработки продукта в буквальном и переносном смысле.

Необходимо выполнить следующие действия, чтобы оптимизировать способ координации управления продуктовым портфелем:

1. Провести анализ продукта. Анализ продуктового портфеля включает изучение каждого аспекта продукта и его характеристик в рамках портфеля. Он начинается с

проведения анализа характеристик продукта и определения сильных и слабых сторон каждого продукта в портфеле. Это включает в себя определение места каждого продукта в его жизненном цикле, от внедрения до зрелости или списания.

2. Проанализировать жизненный цикл вашего продукта. После того, как определены все свои значимые продукты и их текущее положение в жизненном цикле, необходимо проанализировать сам жизненный цикл продукта. Определить, какие этапы жизненного цикла могут быть слабыми сторонами и как долго ваш продукт живет в жизненном цикле. Необходимо ответить на следующие вопросы: Обнаруживаете ли вы, что ваш продукт застревает на этапе внедрения и редко пользуется спросом? Кажется ли вам, что ваш продукт развивается и приходит в упадок быстрее, чем другие? Делайте выводы на основе этой информации и убедитесь, что у вас остались продукты, которые потенциально могут стать дойными коровами для вашего бизнеса.

3. Собрать свой продуктовой портфель. После проведения всестороннего анализа продукта и анализа вашего жизненного цикла можно составить свой продуктовой портфель. Создание вашего портфеля может потребовать принятия непростых решений относительно роли продукта в структуре вашего бизнеса. Прежде чем дорабатывать портфель, необходимо убедиться, что были исключены все позиции, которые больше не приносят успеха и не вносят вклада в общую прибыльность компании.

4. Распределение ресурсов. Распределение необходимых ресурсов для производства продукта наносит ущерб и может сыграть огромную роль в том, потерпит ли продукт неудачу или добьется успеха. 20% идеи о новых продуктах терпят неудачу, потому что компании неэффективно распределяют ресурсы для их создания. Точное знание того, что входит в ваш продуктовой портфель, значительно облегчает понимание того, что необходимо для внедрения этих продуктов в производство. Эффективно распределяя ресурсы, компания может рассчитывать тратить меньше денег на избыточные материалы, улучшить управление временем за счет четких ожиданий, разработать эффективные стратегии управления запасами и повысить внутреннюю прозрачность, поскольку определена коммуникация в отношении ресурсов.

5. Организовать дорожную карту продуктового портфеля. Создание дорожной карты продукта важно при попытке управлять продуктовым портфелем по времени. Дорожная карта также служит обзором для внутренних лиц, принимающих решения, и внешних инвесторов, которым необходимо представление о сроках выпуска продукта и его разработке. Дорожная карта покажет ключевые продуктовые инициативы на каждом этапе производства и то, как эти инициативы и бизнес-цели будут достигнуты. Чтобы создать дорожную карту, необходимо расположить все

продукты в порядке приоритета с указанием важнейших бизнес-целей, которые необходимо выполнить для каждого. Указать, сколько этапов задействовано в процессе разработки, что необходимо сделать и когда.

6. Оптимизация разработки продукта. После выполнения всех предыдущих шагов у компании появляются все необходимые знания для принятия важных решений по разработке продукта. Необходимо удалить продукты, препятствующие успеху компании, убедиться, что бюджеты используются эффективно, проанализировать и собрать свой конечный продуктовый портфель, распределить необходимые ресурсы и создать свою уникальную продуктовую дорожную карту.

После того, как все это выполнено, у компании вас остается всесторонняя стратегия управления продуктовым портфелем, которая отвечает всем потребностям компании в продуктах.

Различают понятия менеджер продуктового портфеля и менеджер по продукту. Менеджеры продуктового портфеля должны хорошо разбираться в расстановке приоритетов необходимых продуктов и внесении изменений в режиме реального времени по просьбе менеджера по продукту.

Менеджер по продукту, иногда называемый владельцем продукта, в первую очередь отвечает за конкретный продукт в портфеле, за то, как выглядит дорожная карта продукта и как реализуется бизнес-стратегия продукта. Ожидается, что менеджер по продукту будет экспертом во всем, что связано с их продуктом. Менеджер по продукту будет иметь более подробную информацию о продукте, такую как конкретные сроки, целевая аудитория, заинтересованные стороны и то, что делает этот продукт дойной коровой. Например, менеджер по продукту может использовать программное обеспечение для планирования спроса, чтобы спрогнозировать потребительский спрос и соответствующим образом организовать разработку своего конкретного продукта.

Управление продуктовым портфелем и продакт-менеджмент работают рука об руку, гарантируя эффективное поступление продукта на рынок и успех в конце жизненного цикла. Однако у менеджера по продуктовому портфелю и продакт-менеджера несколько разные цели в отношении их ролей в производственном процессе. Ответственность менеджера по продуктовому портфелю лежит на продуктивном портфеле компании и на том, как предложения вписываются в текущий рынок. Их основными целями являются обеспечение эффективной расстановки приоритетов по продуктам, принятие решений о сокращении ассортимента и проведение стратегического планирования портфеля по мере его прохождения через жизненный цикл.

Программное обеспечение для управления продуктами. Хотя управление продуктом и управление продуктовым портфелем различаются, они оба необходимы для обеспечения успеха продукта и идеальных показателей на рынке. Программное обеспечение для управления продуктами позволяет компаниям обеспечивать прозрачность и открытую коммуникацию в процессе разработки продукта.

Программное обеспечение включает в себя создание временных рамок, оптимизацию системы, пространства для совместной работы и многие другие продуктовые инновации, необходимые для эффективного производства от идеи до завершения. Программное обеспечение для управления продуктом также предлагает инструменты для управления продуктовым портфелем, разработки дорожной карты, распределения ресурсов и гибких рабочих процессов. Чтобы быть включенным в эту категорию, программный продукт должен быть способен:

- Предлагать инструменты для создания и разработки продукта
- Предоставить возможности дорожной карты для отслеживания прогресса в разработке продукта
- Распределять ресурсы для продвижения проекта компании
- Повысьте производительность с помощью гибких стратегий
- Повысьте организованность и расстановку приоритетов за счет отложенных продуктовых идей

Библиографический список

1. Импортозамещение на рынке автокомпонентов//[Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://производительность.рф/presscenter/news/importozameshenie-na-rynke-avtokomponentov/>

2. Искусство управления продуктовым портфелем: стратегии и лучшие практики//[Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://hightech.plus/2023/05/17/iskusstvo-upravleniya-produktovim-portfelem-strategii-i-luchshie-praktiki>

3. Как эффективно управлять продуктовым портфелем// [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.skolkovo.ru/expert-opinions/kak-effektivno-upravlyat-produktovym-portfelem/>

4. Путь повышения эффективности деятельности предприятия автомобильного рынка//[Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://moluch.ru/archive/157/44382/>

5. 11 оптимальных маркетинговых стратегий для автомобильной компании//[Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://www.poptin.com/blog/ru/marketing-strategies-for-automotive-company/>

6. Рекомендации по оптимизации ассортиментного портфеля//[Электронный ресурс].Режим доступа: https://fabula-branding.ru/services/rekomendatsii_po_optimizatsii_assortimentnogo_portfelya/

7. Стратегия управления портфелем продуктов//[Электронный ресурс]. Режим доступа:<https://strategy.ru/services/strategiya-upravleniya-portfelem-produktov>

8. Управление продуктовым портфелем на предприятии//[Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/a/YxaMs7zLVm6JC0ku>

УДК 33

Сулимин В.В. Цифровая трансформация государственного управления в Киргизии

Digital transformation of public administration in Kyrgyzstan

Сулимин Владимир Власович,

кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления, Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Sulimin Vladimir Vlasovich,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration, Ural State Economic University, Yekaterinburg

***Аннотация.** Статья посвящена анализу процессов внедрения цифровых технологий в систему государственного управления страны. Основное внимание уделяется ключевым аспектам цифровой трансформации, включая развитие электронного правительства, внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в различные государственные учреждения и улучшение взаимодействия между государством и гражданами. Исследование базируется на анализе текущих стратегий и инициатив, реализуемых правительством Киргизии, а также на изучении международного опыта и его адаптации к местным условиям. В статье рассматриваются основные достижения и вызовы, с которыми сталкивается Киргизия на пути к цифровому государству, а также предлагаются рекомендации по дальнейшему развитию цифровой инфраструктуры и повышению эффективности государственного управления. Исследование подчеркивает важность комплексного подхода к цифровой трансформации, включая технические, организационные и правовые аспекты. Авторы заключают, что успешная цифровизация государственного управления способна значительно повысить прозрачность, эффективность и доступность государственных услуг для граждан, а также способствовать устойчивому развитию страны.*

***Ключевые слова:** цифровая трансформация, государственное управление, Киргизия, электронное правительство, ИКТ, цифровая инфраструктура, устойчивое развитие.*

***Abstract.** The article is devoted to the analysis of the processes of introducing digital technologies into the country's public administration system. The focus is on key aspects of digital transformation, including the development of e-government, the introduction of information and communication technologies (ICT) in various government agencies and improving interaction between the government and citizens. The study is based on an analysis of current strategies and initiatives implemented by the Kyrgyz government, as well as on the study of international experience and its adaptation to local conditions. The article examines the main achievements and challenges that Kyrgyzstan faces on the path to a digital state, and also offers recommendations for the further development of digital infrastructure and improving the efficiency of public administration. The study highlights the importance of a comprehensive approach to digital transformation, including technical, organizational and legal aspects. The authors conclude that successful digitalization of public administration can significantly increase the transparency, efficiency and accessibility of public services for citizens, as well as contribute to the sustainable development of the country.*

***Keywords:** digital transformation, public administration, Kyrgyzstan, e-government, ICT, digital infrastructure, sustainable development.*

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

Доцент кафедры прикладной информатики.

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

Цифровая трансформация государственного управления представляет собой глобальную тенденцию, направленную на повышение эффективности, прозрачности и доступности государственных услуг для граждан. В условиях стремительного развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) страны по всему миру стремятся адаптировать свои управленческие процессы к новым реалиям цифровой эпохи. Киргизия, как развивающееся государство, также предпринимает шаги по внедрению цифровых технологий в различные сферы государственного управления. Настоящая статья посвящена анализу текущего состояния и перспектив цифровой трансформации государственного управления в Киргизии, а также выявлению ключевых достижений и вызовов на этом пути.

Одним из ключевых элементов цифровой трансформации государственного управления является создание и развитие электронного правительства. Электронное правительство (e-government) предполагает использование ИКТ для предоставления государственных услуг в электронном виде, что значительно упрощает взаимодействие между государством и гражданами, а также повышает прозрачность и подотчетность государственных органов.

В Киргизии процесс создания электронного правительства начался в начале 2000-х годов. В 2004 году была принята Национальная стратегия по развитию информационного общества, которая заложила основу для дальнейших инициатив в области цифровизации. В последующие годы было реализовано несколько крупных проектов, направленных на внедрение ИКТ в государственное управление. Например, в 2012 году была запущена система электронных государственных закупок, которая значительно повысила прозрачность и эффективность закупочных процессов.

К настоящему времени в Киргизии функционирует несколько ключевых компонентов электронного правительства. Среди них можно выделить порталы государственных услуг, электронные системы документооборота и базы данных, а также интеграционные платформы для обмена информацией между различными государственными органами. Несмотря на достигнутые успехи, многие аспекты электронного правительства еще требуют доработки и совершенствования.

Развитие электронного правительства приносит множество преимуществ. Во-первых, оно способствует повышению доступности государственных услуг для граждан, особенно для тех, кто проживает в отдаленных регионах. Во-вторых, электронное правительство способствует сокращению времени и затрат на предоставление услуг, что в свою очередь повышает эффективность работы государственных органов. В-третьих, внедрение ИКТ способствует повышению прозрачности и подотчетности государственных структур, что является важным фактором в борьбе с коррупцией.

Однако процесс цифровизации государственного управления сталкивается с рядом вызовов. Среди них можно выделить недостаток технической инфраструктуры, особенно в сельских районах, ограниченные финансовые ресурсы, а также нехватку квалифицированных кадров. Кроме того, важным аспектом является обеспечение информационной безопасности и защиты персональных данных граждан.

Внедрение ИКТ в различные государственные учреждения является неотъемлемой частью цифровой трансформации государственного управления. Использование современных технологий позволяет автоматизировать многие процессы, улучшить качество предоставляемых услуг и сократить бюрократические барьеры.

Одним из ярких примеров успешного внедрения ИКТ является система электронного документооборота, которая была введена в ряде государственных органов Киргизии. Эта система позволяет существенно сократить время на обработку документов, улучшить контроль за их движением и повысить общую эффективность работы.

Другим важным направлением является развитие информационных систем в сфере здравоохранения. Например, внедрение электронных медицинских карт и систем управления медицинскими учреждениями позволяет улучшить качество медицинского обслуживания, сократить время на получение информации о пациенте и оптимизировать работу медицинского персонала.

В сфере образования также наблюдаются значительные успехи. Внедрение электронных дневников, систем дистанционного обучения и онлайн-платформ для взаимодействия между учителями, учениками и родителями способствует повышению качества образования и доступности учебных материалов.

Несмотря на положительные результаты, процесс внедрения ИКТ в государственных учреждениях сталкивается с рядом проблем. Основные из них связаны с недостаточным уровнем цифровой грамотности среди сотрудников, что затрудняет адаптацию к новым условиям работы. Кроме того, необходимы значительные финансовые вложения для обновления технической базы и создания новых информационных систем.

Перспективы развития ИКТ в государственных учреждениях во многом зависят от государственной поддержки и координации усилий различных ведомств. Важным шагом является разработка и реализация комплексных программ обучения и повышения квалификации для государственных служащих. Кроме того, необходимо активное сотрудничество с частным сектором и международными организациями, что позволит привлекать дополнительные ресурсы и передовой опыт.

Одним из ключевых аспектов цифровой трансформации государственного управления является улучшение взаимодействия между государством и гражданами. Цифровые технологии предоставляют широкие возможности для повышения прозрачности, участия граждан в процессе принятия решений и улучшения качества предоставляемых услуг.

В Киргизии активно развиваются различные электронные сервисы и платформы, которые позволяют гражданам получать государственные услуги в режиме онлайн. Например, портал государственных услуг предоставляет доступ к широкому спектру услуг, таких как регистрация бизнеса, получение справок, оплата налогов и штрафов, запись на прием к врачу и многое другое. Эти сервисы значительно упрощают взаимодействие граждан с государственными органами, сокращают время на получение услуг и повышают удобство их использования.

Кроме того, активно развиваются платформы для обратной связи и участия граждан в управлении. Например, различные онлайн-платформы позволяют гражданам направлять обращения и жалобы в государственные органы, участвовать в обсуждении и принятии решений по важным вопросам местного и государственного уровня. Это способствует повышению прозрачности и подотчетности власти, а также активному участию граждан в жизни общества.

Социальные сети и мобильные приложения играют важную роль в улучшении взаимодействия между государством и гражданами. Многие государственные органы и чиновники используют социальные сети для информирования граждан о текущих инициативах, новых услугах и важных событиях. Это позволяет оперативно донести информацию до широких слоев населения и получать обратную связь.

Мобильные приложения также становятся важным инструментом для предоставления государственных услуг. Например, приложение "Түндүк" предоставляет доступ к широкому спектру государственных услуг, позволяет оплачивать налоги и штрафы, получать уведомления о важных событиях и новостях. Разработка и внедрение таких приложений значительно повышает удобство получения государственных услуг и способствует их популяризации среди населения.

Несмотря на значительные успехи, взаимодействие между государством и гражданами через цифровые технологии сталкивается с рядом проблем. Основные из них связаны с низким уровнем цифровой грамотности среди населения, особенно в сельских районах, и ограниченным доступом к интернету и современным техническим устройствам.

Для решения этих проблем необходимы комплексные меры, направленные на повышение цифровой грамотности населения, улучшение доступа к интернету и

развитие цифровой инфраструктуры. Важным шагом является проведение информационных кампаний и образовательных программ, направленных на популяризацию использования цифровых технологий и обучение граждан основам работы с ними. Кроме того, необходимо активное сотрудничество с частным сектором и международными организациями для привлечения дополнительных ресурсов и передового опыта.

Развитие цифровой инфраструктуры является важным условием успешной цифровой трансформации государственного управления. Это включает в себя создание и модернизацию сетей связи, дата-центров, систем хранения и обработки данных, а также обеспечение кибербезопасности.

Одной из приоритетных задач является развитие сетей связи и обеспечение широкого доступа к интернету. В Киргизии, как и в других развивающихся странах, наблюдается значительный разрыв в доступе к интернету между городскими и сельскими районами. Для решения этой проблемы необходимо активно развивать инфраструктуру, включая прокладку оптоволоконных сетей и создание беспроводных сетей в отдаленных регионах.

Правительство Киргизии при поддержке международных организаций и частного сектора реализует ряд проектов по расширению доступа к интернету. Например, в рамках программы "Цифровая Кыргызстан" предусмотрено строительство новых сетей связи и улучшение существующей инфраструктуры. Эти меры способствуют сокращению цифрового разрыва и повышению доступности цифровых услуг для всех граждан.

Создание современных дата-центров и систем хранения данных является важным элементом цифровой инфраструктуры. Эти системы позволяют эффективно управлять большими объемами данных, обеспечивать их безопасность и доступность. В Киргизии уже реализованы несколько проектов по созданию дата-центров, однако для дальнейшего развития цифровой экономики необходимо продолжать инвестиции в эту сферу.

Обеспечение кибербезопасности является критически важным аспектом цифровой трансформации. С увеличением объема данных и растущей зависимостью от цифровых технологий возрастает риск кибератак и утечек данных. Для защиты информации и обеспечения устойчивости цифровых систем необходимо разработать и внедрить комплексные меры по кибербезопасности.

В Киргизии предпринимаются шаги по укреплению кибербезопасности, включая разработку национальной стратегии по кибербезопасности, создание специализированных центров по защите информации и проведение обучающих программ для государственных служащих и граждан. Однако этот процесс требует

постоянного внимания и совершенствования, учитывая быстрое развитие киберугроз и технологий.

Для успешной цифровой трансформации государственного управления в Киргизии необходимо продолжать реализацию комплексных программ и инициатив, направленных на развитие цифровой инфраструктуры, повышение цифровой грамотности населения и государственных служащих, а также укрепление кибербезопасности. Важным аспектом является активное сотрудничество с частным сектором, международными организациями и другими государствами для обмена опытом и привлечения ресурсов.

Одним из ключевых шагов является разработка и реализация комплексных стратегий и программ цифровизации, которые учитывают все аспекты цифровой трансформации: от технической инфраструктуры до подготовки кадров и правовых аспектов. Эти стратегии должны быть гибкими и адаптивными, чтобы учитывать быстро меняющиеся условия и требования цифровой эпохи.

Повышение уровня цифровой грамотности среди населения и государственных служащих является необходимым условием для успешной цифровой трансформации. Для этого необходимо разработать и реализовать образовательные программы, проводить тренинги и семинары, а также создавать условия для постоянного повышения квалификации и обмена опытом. Продолжение инвестиций в развитие цифровой инфраструктуры и внедрение современных технологий является важным условием для успешной цифровой трансформации. Это включает в себя модернизацию сетей связи, создание дата-центров, развитие облачных технологий и систем искусственного интеллекта. Обеспечение кибербезопасности должно оставаться приоритетным направлением. Необходимо разработать и внедрить комплексные меры по защите информации, создать системы мониторинга и реагирования на киберугрозы, а также проводить регулярные аудиты и проверки безопасности.

Участие граждан в процессе цифровой трансформации является важным фактором успеха. Для этого необходимо активно развивать платформы для обратной связи, участвовать в обсуждении и принятии решений, а также проводить информационные кампании, направленные на повышение осведомленности и вовлеченности граждан.

Цифровая трансформация государственного управления в Киргизии представляет собой сложный и многоаспектный процесс, требующий комплексного подхода и координации усилий всех участников. Развитие электронного правительства, внедрение ИКТ в государственные учреждения, улучшение взаимодействия между государством и гражданами, а также развитие цифровой инфраструктуры и укрепление

кибербезопасности являются ключевыми направлениями этой трансформации. Несмотря на значительные достижения, перед Киргизией стоят серьезные вызовы, связанные с недостатком технической инфраструктуры, нехваткой квалифицированных кадров и необходимостью повышения цифровой грамотности населения. Успешная цифровизация государственного управления требует активного сотрудничества с международными организациями, частным сектором и гражданским обществом, а также разработки и реализации комплексных стратегий и программ, направленных на устойчивое развитие и повышение качества жизни граждан.

Библиографический список

1. Хамзаева, А. М. Кыргызстан санариптик трансформациялануу жолунда / А. М. Хамзаева // Известия Ошского технологического университета. – 2023. – No. 3. – P. 193-197. – EDN WIMNZA.
2. Доолбекова, Ж. Б. Цифровая трансформация образования для повышения качества и доступа к школьному образованию в Кыргызстане / Ж. Б. Доолбекова, У. Э. Мамбетакунов // Вестник Кыргызского государственного университета имени И. Арабаева. – 2023. – № 2. – С. 271-275. – DOI 10.33514/1694-7851-2023-2-271-275. – EDN MICOTM.
3. Муксинов, Р. М. Об актуальных вопросах цифровой трансформации строительной отрасли в Кыргызстане / Р. М. Муксинов, Л. С. Карташова // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2019. – Т. 19, № 12. – С. 142-145. – EDN QAQJGN.
4. Парманасова, А. Д. Готовность Кыргызстана к цифровой трансформации экономики / А. Д. Парманасова, Ч. А. Маниева // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2019. – № 6. – С. 141-147. – DOI 10.26104/NNTIK.2019.45.557. – EDN YKQPGP.
5. Рыспаева, Г. С. Нормативно-правовая база организации и деятельности в сфере цифровой трансформации в Кыргызстане / Г. С. Рыспаева // Бюллетень науки и практики. – 2020. – Т. 6, № 3. – С. 351-356. – DOI 10.33619/2414-2948/52/45. – EDN MXSSWW.
6. Парханов, М. А. Оценка осведомленности молодежи о предоставлении государственных и муниципальных услуг в рамках цифровой трансформации Кыргызстана / М. А. Парханов, Т. А. Третьякова, Ч. Ш. Абдыраманова // Теории и проблемы политических исследований. – 2019. – Т. 8, № 6А. – С. 132-142. – DOI 10.34670/AR.2020.46.6.111. – EDN LILJZO.

УДК 33

Фасхиев Р.Ф., Нуруллин Э.Г. Разработка маркетплейса для материально-технического обеспечения агропромышленного комплекса

Development of a marketplace for material and technical support of the agricultural industrial complex

Фасхиев Равиль Фаилевич,

Аспирант Казанского ГАУ, ФГБОУ ВО Казанский ГАУ

Нуруллин Эльмас Габбасович,

доктор технических наук, Профессор

Faskhiev Ravil Failevich,

Postgraduate student of Kazan State Agrarian University, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education Kazan State Agrarian University

Nurullin Elmas Gabbasovich,

Doctor of Technical Sciences, Professor

***Аннотация.** На сегодняшний день цифровые платформы для торговли, или маркетплейсы, представляют собой эффективный инструмент развития и обеспечения необходимыми ресурсами различных отраслей отечественной экономики, в том числе агропромышленного комплекса. Предприятия АПК, а также малые формы хозяйствования (МФХ), функционирующие в различных субъектах страны, не только осуществляют выпуск сельскохозяйственной продукции и реализуют её потребителям, но и испытывают собственную потребность в приобретении необходимых материально-технических ресурсов. В рамках данной статьи будет обоснована целесообразность разработки и внедрения специализированного маркетплейса для материально-технического обеспечения субъектов агропромышленного комплекса регионов страны.*

***Ключевые слова:** цифровые торговые платформы, АПК, материально-техническое обеспечение, B2B, маркетплейсы, фермерские хозяйства, малые формы хозяйствования, цифровизация.*

***Abstract.** Today, digital trading platforms, or marketplaces, are an effective tool for the development and provision of necessary resources to various sectors of the domestic economy, including the agro-industrial complex. Agroindustrial complex enterprises, as well as small business forms (SMEs), operating in various regions of the country, not only produce agricultural products and sell them to consumers, but also experience their own need to acquire the necessary material and technical resources. Within the framework of this article, the feasibility of developing and implementing a specialized marketplace for the logistics of subjects of the agro-industrial complex of the country's regions will be substantiated.*

***Keywords:** digital trading platforms, agribusiness, logistics, B2B, marketplaces, farms, small businesses, digitalization.*

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

Доцент кафедры прикладной информатики.

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

Изучением особенностей цифровых торговых площадок, в том числе связанных с АПК занимались такие авторы, как: Ю.А. Романенко [4], И.Н. Молодцов и Г.Д. Баторшина [2], Д.И. Хлебович [5], А.Н. Анищенко [1], Н.В. Орлова [3] и др.

Вопрос применения маркетплейсов в деятельности и материально-техническом обеспечении предприятий АПК и различных фермерских хозяйств в стране является актуальным по нескольким причинам:

- Цифровые торговые площадки способствуют обмену опытом между различными субъектами АПК, а также внедрению инновационных технологий в сельскохозяйственной отрасли;

- Благодаря маркетплейсам реализуется возможность доставки продукции, или необходимых ресурсов конечному потребителю, что минимизирует расходы, связанные с её хранением;

- Цифровые платформы для торговли позволяют существенно расширить возможности сельскохозяйственных организаций, не относящихся к крупным игрокам рынка, например фермерским хозяйствам, так как они могут увеличить свою целевую аудиторию, а также найти наиболее выгодных поставщиков для материального и технического оснащения своей деятельности, что приведет к минимизации затрат и росту прибыли;

- Маркетплейсы позволяют фермерам и предприятиям АПК минимизировать материальные и временные ресурсы, связанные с поиском покупателей для произведенного ими продукта, а также поставщиков необходимых ресурсов;

- Если говорить о социально-экономическом развитии отрасли сельского хозяйства в целом, то маркетплейсы способствуют появлению новых вакансий в области реализации и доставки агропромышленных товаров;

- Цифровые торговые площадки делают процесс приобретения и реализации продукции сельского хозяйства наиболее прозрачным и доступным для всех участников рынка;

- Маркетплейсы способствуют росту конкуренции между различными сельскохозяйственными производителями, что приводит к повышению качественных характеристик продукции и производимых материально-технических ресурсов для АПК [4].

При этом необходимо чтобы маркетплейсы, которые применяются предприятиями и МФХ агропромышленного комплекса соответствовали нескольким основным требованиям:

- 1) Создание необходимых условий для развития предприятий малых и средних форм хозяйствования, а также обеспечение для них доступа к закупке необходимых материально-технических ресурсов и сбыту собственной продукции;

- 2) Цифровые торговые платформы должны обеспечивать своих пользователей достоверной и полной информацией о продукции, которая предлагается производителями в сфере АПК;

3) Маркетплейсы должны в определенной степени способствовать развитию инновационных технологий в сельскохозяйственной отрасли, а также обеспечивать их доступность для участников цифрового рынка;

4) Цифровые торговые платформы обязаны соблюдать принцип, связанный с безопасностью производимых сделок, вести контроль качества предлагаемой продукции и следовать требованиям закона, защищающего потребительские права;

5) Маркетплейсы должны обеспечивать участников цифрового рынка информацией о качественных характеристиках продукции, а также способствовать внедрению наиболее экологичных методов сельскохозяйственного производства.

При этом несмотря на то, что в стране функционирует достаточно большое число цифровых торговых платформ, существует необходимость в разработке маркетплейса для агропромышленного комплекса, который бы способствовал решению нескольких ключевых проблем:

- у малых форм хозяйствования нет собственных аналитических инструментов, предназначенных для прогноза спроса и установления оптимальных цен на продукцию;

- малые сельскохозяйственные производители, такие как фермерские хозяйства, вынуждены прибегать к услугам посредников, что ведет к росту цен на продукт;

- проблемы, связанные с существенным износом технических средств, применяемых в процессе сельскохозяйственного производства.

Площадки B2B, функционирующие в стране сегодня имеют определенные недостатки, которые особенно существенно для малых форм хозяйствования:

- субъекты сельскохозяйственной отрасли, относящиеся к МФХ зачастую, не могут соответствовать всем требованиям, предъявляемым к крупным игрокам агропромышленного рынка;

- на функционирующих сегодня маркетплейсах малые формы хозяйствования не всегда могут приобрести нужные для деятельности материально-технические продукты;

- торговые площадки в основном ориентированы на крупные закупочные объемы, при этом средний чек зачастую выше, чем объем производства фермерского хозяйства за весь год;

- закупка продукции в больших объемах подразумевает прежде всего ориентацию на минимальный ценовой уровень, а не на качественные характеристики продукта;

В последние годы активно происходит цифровизация российской экономики, что в свою очередь повышает эффективность деятельности агропромышленного комплекса во всех регионах страны. При этом стратегия развития АПК в значительной степени связана с расширением возможностей цифровой торговли в данной отрасли.

Электронное торговое пространство способствует построению активного взаимодействия между несколькими ключевыми экономическими субъектами в регионах: поставщиками, инвесторами, финансовыми компаниями, органами власти и т.д. [3].

Следовательно, экономическая роль цифровых пространств для торговли существенно повышается, так они приобретают роль централизованных информационных источников не только для непосредственных участников электронного рынка – поставщиков, фермерских хозяйств, а также потребителей сельскохозяйственной продукции, но и для компаний государственного уровня.

Цифровое пространство для торговли на уровне регионов страны можно представить в виде схемы, отражающей взаимодействие всех субъектов электронного ры



Маркетплейсы, как цифровые торговые площадки для агропромышленного комплекса уже успешно функционируют во многих странах, таких как Индия, Китай, Бразилия и др.

Маркетплейс, созданный специально для агропромышленных предприятий и малых форм хозяйствования, позволит нивелировать такие недостатки, как:

- наличие большого числа посредников между поставщиком и покупателем продукции;
- невозможность получения прямого доступа к конечному потребителю продукции;
- отсутствие специализированной системы, направленной на прогноз уровня спроса на сельскохозяйственный продукт.

Благодаря цифровой площадке становится возможно получить необходимые данные статистического характера, для того чтобы проанализировать объёмы торговых

операций по различным типам сельскохозяйственных продуктов в рамках определенного региона, число заказов на их перевозку и т.п.

Эти информационные данные помогают понять текущую ситуацию, которая складывается в сфере сельского хозяйства, и на основании её анализа выработать необходимые государственные стратегии для развития сектора и всей агропромышленной отрасли.

На тактическом уровне для МФХ приобретает важность не только получение всей необходимой информации об уровне спроса и цен на производимый продукт, но и стоимость необходимых товаров для материально-технического оснащения производства у различных поставщиков. Это подразумевает наличие на цифровой платформе связанных с этим сервисов. При этом необходима тщательная проработка интерфейса маркетплейса, который должен соответствовать следующим параметрам: быть доступным для мобильных устройств, интуитивно понятным для пользователей, подразумевать возможность самообслуживания по типу онлайн-маркетов. По мнению многих специалистов такие возможности сейчас активно развиваются, в частности в сфере адаптации интерфейса к персональным устройствам связи, таким как смартфоны [6].

Кроме того, маркетплейс должен иметь сервис для поиска и заказа необходимых материальных и технических средств для оснащения предприятий АПК и МФХ, выбора нескольких возможных способов их оплаты, возможность отслеживать весь путь доставки и т.д. Благодаря этому станет возможно восполнить текущие потребности сельскохозяйственных производителей и значительно упростить многие процессы, связанные с приобретением необходимой продукции.

Таким образом, создание и внедрение специализированных цифровых торговых платформ для АПК будет способствовать дальнейшему развитию сельскохозяйственного сектора в стране и её отдельных регионах.

Благодаря разработке и внедрению специализированных маркетплейсов, агропромышленные предприятия и МФХ будут обеспечены доступом к необходимым для их деятельности материально-техническим ресурсам, а также смогут повысить качественные характеристики собственного товара, увеличить число покупателей и получить максимальную прибыль от реализации сельскохозяйственной продукции.

Библиографический список

1. Анищенко А.Н. Цифровая экономика XXI века и АПК: взгляд с позиций развитых и развивающихся стран // Проблемы рыночной экономики. – 2019. – № 4. – с. 28–38.
2. Баторшина Г.Д., Молодцов И.Н. Коммуникации цифровых платформ, на примере маркетплейсов агропромышленного комплекса // Вестник НГИЭИ. - 2022. - №11 (138).
3. Орлова Н.В., Серова Е.В., Николаев Д.В. Инновационное развитие агропромышленного комплекса в России. / докл. к XXI Агр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2020 г. / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2020. – 128 с.
4. Романенко, Ю.А. Тенденции развития российских маркетплейсов / Ю.А. Романенко // Будущее науки: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества: Сборник научных статей Всероссийской молодежной научной конференции. В 3-х томах, Курск, 30 мая 2023 года / Отв. редактор А.А. Горохов. Том 1. - Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2023. - С. 243-246.
5. Хлебович, Д.И. Специализированный маркетплейс как перспективный формат электронной коммерции / Д.И. Хлебович, И.В. Кордина // Beneficium. - 2023. - № 1(46). -С. 51-59.
6. «Маркетплейс для фермера. Станут ли аграрные платформы незаменимым инструментом для сельхозпроизводителей?» // URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/article/38911-marketpleys-dlya-fermera-stanut-li-agrarnye-platformy-nezamenimym-instrumentom-dlya-fermerov/?ysclid=lw4vygwj5u716110502> (дата обращения 13.05.24)

УДК 338.4

Шевченко Ю. С., Шевченко Виктор А., Шевченко Владимир А. Оценка финансовых результатов деятельности, их распределения и использования в организации

Assessment of financial results of activities, their distribution and use in the organization

Шевченко Юлия Сергеевна

канд. экон. наук, доцент кафедры финансов
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»

Шевченко Виктор Алексеевич

магистр 2 курса, направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
направленность «Управление проектами»
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»
г. Краснодар

Шевченко Владимир Алексеевич

магистр 2 курса, направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
направленность «Управление проектами»
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»
г. Краснодар

Shevchenko Yuliya Sergeevna
candidate of economic Sciences, Associate Professor
of Finance FGBOU VO
«Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina»

Shevchenko Victor Alekseevich
2nd year Master's degree, areas of study 38.04.02 Management
focus "Project Management"
FGBOU VO «Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina»
Krasnodar

Shevchenko Vladimir Alekseevich
2nd year Master's degree, areas of study 38.04.02 Management
focus "Project Management"
FGBOU VO «Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina»
Krasnodar

Аннотация. В статье представлены результаты оценки формирования доходов, расходов и прибыли ОАО «Племзавод «Урожай», коэффициенты рентабельности и направления распределения прибыли организации.

Ключевые слова: доходы, себестоимость, финансовые результаты, прибыль, рентабельность, распределение

Abstract. The article presents the results of assessing the formation of income, expenses and profits of JSC "Plemzavod "Harvest", profitability coefficients and directions of profit distribution of the organization.

Keywords: income, cost, financial results, profit, profitability, distribution

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

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

Доходы корпорации являются одним из важнейших показателей, формирующих эффективность ее деятельности. Изучение формирования и использования доходов любой корпорации является важнейшим фактором для определения ее уровня чистой прибыли. Систематическое наблюдение и оценка доходов поможет оценить возможности данного предприятия обеспечивать его расходы и распланировать будущую деятельность.

При изучении источников формирования доходов корпорации необходимо провести анализ поступлений денежных средств в данную организацию от всех видов деятельности, чтобы сформировать четкое представление о источниках финансирования. Также важнейшим аспектом является распределение и использование доходов для покрытия важнейших потребностей самой корпорации – оплаты затрат на сырье и материалы или на выплату заработной платы персоналу.

Финансовые результаты рассматриваются на примере ОАО «Племзавод «Урожай». В таблице 1 представлена динамика финансовых результатов деятельности ОАО «Племзавод «Урожай».

Таблица 1

Финансовые результаты ОАО «Племзавод «Урожай», тыс. руб.

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2023 г. в % к	
				2021 г.	2022 г.
Выручка	2231670	3055490	2161099	96,8	70,7
Себестоимость продаж	621287	902875	729660	117,4	80,8
Валовая прибыль	1610390	2152620	1431439	88,9	66,5
Коммерческие расходы	43255	51996	69622	161,0	133,9
Управленческие расходы	63667	69969	71559	112,4	102,3
Прибыль от продаж	1503460	2030650	1290258	85,8	63,5
Проценты к получению	1867	1173	3691	197,7	314,7
Проценты к уплате	0	0	0	-	-
Прочие доходы	30725	32577	17559	57,1	53,9
Прочие расходы	47427	67350	34592	72,9	51,4
Прибыль до налогообложения	1488630	1997050	1276916	85,8	63,9
Текущий налог на прибыль	5641	6408	3310	58,7	51,6
Прочее	5261	0	0	-	-
Чистая прибыль	1477730	1990640	1273606	86,2	64,0

Показатель выручки за исследуемый период снизился на 3,2 % по сравнению с 2021 г, а по сравнению с 2022 г. снижение значительно больше на 29,3 %. Данные по себестоимости выросли на 17,4 % больше, чем в 2021 г. но меньше, чем в 2022 г. на 19,2 % – это означает, что организация растет и развивается, а также увеличивает объемы

затрат. Валовая прибыль при данной соотношении выручки и себестоимости снижается на 11,1 %. Заметный рост показали коммерческие расходы, увеличившись на 61,0 %, управленческие расходы увеличились на 12,4 %. Эта группа расходов оказывает влияние на прибыль от продаж, которая снизилась на 14,2 % за рассматриваемый период, за последний год темп сокращения составил 36,5 %.

Прочие расходы и прочие доходы в организации заметно снизились, но не смогли увеличить прибыль до налогообложения, она сократилась за период на 14,2 %. Чистая прибыль снизилась с 2021 г. до 2023 г. на 13,8 %. Самый прибыльный и эффективный оказался 2022 г. Данные этого года значительно выше показателей 2021 г.

Рассмотрим структуру финансовых результатов в таблице 2.

Таблица 2

Структура финансовых результатов деятельности ОАО «Племзавод «Урожай», %

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Отклонение 2023 г. к 2021 г.
Выручка	100,0	100,0	100,0	х
Валовая прибыль	72,2	70,5	66,2	-6,0
Прибыль от продаж	67,4	66,5	59,7	-7,7
Прибыль до налогообложения	66,7	65,4	59,1	-7,6
Чистая прибыль	66,2	65,1	58,9	-7,3

Анализ таблицы 2 показал, что структура финансовых результатов деятельности удовлетворительная. Валовая прибыль за период снизила свою долю в выручке с 72,2 % до 66,2 %. Но это вполне удовлетворительное значение доли. Аналогично, прибыль от продаж снизилась до 59,7 % в 2023 г. сократившись на 7,7 п. п. Прибыль до налогообложения стала составлять 59,1 % от уровня выручки, а чистая прибыль – 58,9 %. Данная структура характеризует организацию как эффективную, хорошие финансовые результаты деятельности хотя и сократились за период, но имеют высокую долю в выручке. Следовательно, можно утверждать о высоком качестве генерирования прибыли в ОАО «Племзавод «Урожай».

После изучения финансовых результатов ОАО «Племзавод «Урожай» необходимо исследовать показатели рентабельности организации за период 2021-2023 гг. Рентабельность деятельности организации является ключевым фактором ее успешной деятельности. Рентабельность отражает эффективность использования ресурсов в производственном процессе. Существует множество способов оценки уровня рентабельности организации. Расчет показателей рентабельности проводят для прогнозирования прибыли, сравнения деятельности организации с компаниями-конкурентами, а также для оценки уровня доходности.

Эффективное управление прибылью организации в первую очередь зависит от эффективного устройства ее деятельности. Чем выше уровень рентабельности, тем выше экономическое положение организации.

Показатели рентабельности предприятия позволяют оценить финансовые результаты корпорации и определить ее уровень эффективности. В данной ситуации необходимо определить уровень рентабельности различных видов прибыли организации за исследуемый период, чтобы оценить доходность корпорации за 2021-2023 гг. По данным таблицы 3 проведем оценку показателей рентабельности ОАО «Племзавод «Урожай».

Таблица 3

Оценка показателей рентабельности ОАО «Племзавод «Урожай», %

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Отклонение 2023 г. к 2021 г.
Рентабельность продаж	67,4	66,5	59,7	-7,7
Рентабельность производства	206,5	198,1	148,2	-58,3
Рентабельность совокупных активов	27,1	27,5	14,8	-12,3
Чистая рентабельность активов	26,6	26,9	14,8	-11,8
Рентабельность собственного капитала	28,2	27,3	14,9	-13,3
Рентабельность оборотных активов	46,6	40,3	17,7	-28,9
Рентабельность внеоборотных активов	95,2	130,1	89,8	-5,4

Проведенный анализ показателей рентабельности ОАО «Племзавод «Урожай» за 2021-2023 гг. показал, что все коэффициенты рентабельности имеют тенденцию снижения в течение всего исследуемого периода.

Снижение рентабельности активов организации за анализируемый период происходит из-за сократившихся показателей прибыли и роста активов, свидетельствует об снижении эффективности использования активов в процессе производства, но показатели имеют высокие значения и характеризуют эффективное использование активов. Ежегодно результативность и доходность от управления активами снижается, ОАО «Племзавод «Урожай» все таки создает высокий уровень дохода при небольшом количестве инвестиций.

Рентабельность продаж показывает, какая сумма прибыли от продаж содержится в выручке полученной от реализации продукции товаров или оказанных услуг за определенный период времени. В ОАО «Племзавод «Урожай» данный коэффициент имеет довольно высокие значения, но снизился на 7,7 п. п., в период 2021-2023 гг. Ежегодно происходит снижение масштабов деятельности организации выращивание продукции, выручка снижается меньшими темпами, чем затраты.

Рентабельность производства продукции характеризует величину полученной прибыли от продаж на единицу средств, потраченных на производство и реализацию продукции, т. е. на единицу себестоимости. В 2023 г. на 1 рубль вложенный в производство организация получила 1,48 руб. прибыли от продаж. Показатель снизился за весь период на 58,3 п. п. Данное значение рентабельности очень высоко, характеризует организацию как очень прибыльную, высокорентабельную.

Рентабельность активов показывает, какой доход получен от использования средств, вложенных во все активы. Соответственно, чем выше коэффициент рентабельности активов, тем лучше. Величина данного показателя у ОАО «Племзавод «Урожай» в 2023 г. составляет 14,8 %, снижение составило 12,3 п. п. Прежде всего, это связано со снижением прибыли от продаж организации, а также возрастанием величины активов.

Расчитанная рентабельность активов по чистой прибыли показывает чистый эффект от использования всех активов. Данный показатель тоже имеет высокие значения, но снижается за период в следствие сокращения чистой прибыли организации.

Рентабельность собственного капитала показывает величину чистой прибыли, которую получит организация на единицу стоимости собственного капитала. Данный коэффициент снизился на 13,3 п. п. Сокращение, прежде всего, связан со снижением чистой прибыли и ростом собственного капитала организации.

Рентабельность оборотных активов определяет возможность организации в обеспечении достаточного объема прибыли по отношению к используемым оборотным средствам компании. Соответственно, чем выше значение коэффициента, тем полнее и эффективнее используются оборотные средства. В динамике за 3 года, произошло снижение данного показателя на 28,9 п. п., что является негативным фактором и рентабельность составила 17,7 %.

Рентабельность внеоборотных активов показывает размер прибыли, приходящейся на единицу стоимости основных производственных средств организации. Данный коэффициент в 2023 г. достигает отметки в 89,8 %, что на 5,4 п. п. меньше, чем в 2021 г., что характеризует небольшое снижение эффективности использования основных фондов организации.

На рисунке 1 покажем динамику коэффициентов рентабельности нашей организации.

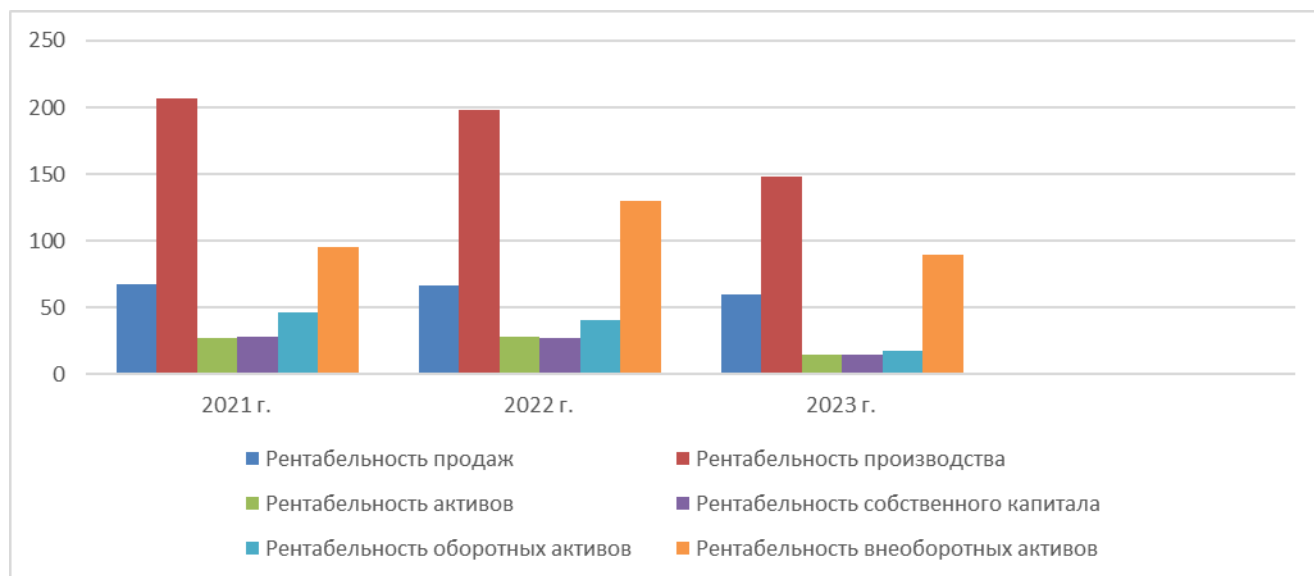


Рисунок 1 – Динамика коэффициентов рентабельности
ОАО «Племзавод «Урожай», %

Итак, на рисунке видно, что наибольшие значения за весь рассматриваемый период имеет коэффициент рентабельности производства продукции, показавший и наибольший спад за период. высокие значения имеет показатель рентабельности внеоборотных активов. Практически стабильной остается рентабельность продаж.

Таким образом, все показатели рентабельности ОАО «Племзавод «Урожай» хотя и показали сокращение всех элементов, но имеют высокие значения, что говорит о хорошей эффективности деятельности корпорации и правильного распределения и использования прибыли внутри ее. Данная динамика говорит о возможности ОАО «Племзавод «Урожай» ежегодно увеличивать уровень своей производственной деятельности для улучшения показателей рентабельности и роста прибыли от реализации продукции.

Распределение и использования прибыли корпорации зависит от вида ее деятельности, но обязательными выплатами любой организации являются налоги. Также корпорация может вкладывать свои денежные средства на благотворительную деятельность, или на расширение своего производства.

Основной источник использования доходов ОАО «Племзавод «Урожай» – формирование себестоимости продукции. Именно поэтому для начала необходимо изучить использование доходов корпорации на покрытие себестоимости по данным таблицы 4.

Таблица 4

Состав и структура себестоимости ОАО «Племзавод «Урожай»

Показатель	2021 г.		2022 г.		2023 г.		2023 г. в % к 2021 г.
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Материальные затраты	483531	66,4	683568	66,7	584334	67,1	120,8
Расходы на оплату труда	144185	19,8	230589	22,5	218582	25,1	151,6
Отчисления во внебюджетные фонды	45877	6,3	70714	6,9	66184	7,6	144,3
Амортизация	53159	7,3	83012	8,1	77505	8,9	145,8
Прочие затраты	5097	0,7	8199	0,8	7838	0,9	153,8
Итого по элементам	731849	100,5	1077107	105,1	954442	109,6	130,4
Изменение остатков незавершенного производства	-3630	-0,5	-55267	-5,1	-83601	-9,6	-23 раз
Итого расходы по обычным видам деятельности	728209	100,0	1024840	100,0	870841	100,0	119,6

Себестоимость продаж за период 2021-2023 гг. выросла на 119,6 % и составила 870841 тыс. руб. Наибольшую долю в структуре себестоимости занимают материальные затраты до 66-67 %, затем идут расходы на оплату труда – 19-25 %. Амортизация и прочие затраты составляют примерно одинаковый процент в составе себестоимости на протяжении всего периода.

Обязательными платежами для организации являются налоги и в первую очередь прибыль распределяется на уплату налогов. ОАО «Племзавод «Урожай» находится на обычном режиме налогообложения, но до 2020 г. применяла единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН).

Рассмотрим в таблице 5 состав и величину уплаченных налогов нашей организацией за рассматриваемый период.

Таблица 5

Уплачиваемые налоги ОАО «Племзавод «Урожай», тыс. руб.

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Отклонение 2022 г. к 2020 г.
Водный налог	263,9	292,5	329,0	65,1
Единый сельскохозяйственный налог	49358,8	0	0	-
Земельный налог	5835,1	5094,8	4567,9	-1267,2
Налог на добавленную стоимость	21994,6	31596,9	217115,5	195120,9
Налог на имущество организации	2399,3	2915,5	6870,3	4471,0
Налог на прибыль	0	5805,3	9179,0	-
Страховые взносы на обязательное медицинское страхование	11406,9	9526,9	5284,6	-6122,3
Страховые взносы на обязательное социальное страхование	2240,4	5127,9	2688,1	447,7

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Отклонение 2022 г. к 2020 г.
Страховые взносы на обязательное пенсионное страхование	49079,2	41156,8	22532,1	-26547,1
Транспортный налог	743,7	795,9	782,0	38,3
Итого выплаченных налогов	143321,9	102312,5	269349,2	126026,6

Итак, в 2020 г. организация была плательщиком единого сельскохозяйственного налога. Налогоплательщики, применяющие этот спецрежим, уплачивают единый налог по ставке 6 процентов (ст. 346.8 НК РФ). При этом налог рассчитывается как ставка, умноженная на разницу между полученными доходами и произведенными расходами. Данный налог заменяет налог на прибыль и налог на имущество, с недвижимости, используемой в сельском хозяйстве. С 2021 г. организация перешла на обычный режим налогообложения и стала плательщиком налога на прибыль. При переходе на обычный режим налогообложения в организации возросла величина уплачиваемого налога на имущество на почти в 3 раза, и суммы НДС почти в 10 раз. В целом налоговая нагрузка организации увеличилась почти в 2 раза. Но следует заметить и финансовые результаты деятельности организации тоже возросли более чем в 2 раза.

Следующим направлением распределения и использования прибыли является создание различных резервных фондов. Резервный капитал в составе собственного капитала давно остается неизменным, значит организация больше его не пополняет и не использует на соответствующие расходы. Резервы предстоящих расходов организация создает на оплату отпусков. Методика создания резерва определяется на конец каждого месяца по категориям работников исходя из количества неиспользованных дней отпуска, среднего заработка и среднего числа дней в месяце (29,4). В 2021 г. резерв по отпускам составил 8444 тыс. руб., в 2022 г. – 9676 тыс. руб.

Организация создает резерв по сомнительным долгам. Сомнительной считается дебиторская задолженность организации, которая не погашена или с высокой степенью вероятности не будет погашена в сроки, установленные договором, и не обеспечена соответствующими гарантиями. Величина резерва определяется по каждому сомнительному долгу в зависимости от оценки вероятности погашения долга должником. При этом значение вероятности погашения долга определяется следующим образом:

- при отсрочке оплаты до 45 дней, вероятность погашения долга должником оценивается как 100 % и резерв по такой задолженности равен 0;

- при просрочке оплаты от 45 дней до 90 дней, вероятность погашения долга должником оценивается как 50 % и резерв по такой задолженности создается в размере 50 % от суммы долга;

- при просрочке оплаты свыше 90 дней, вероятность погашения долга должником оценивается как 0 % и резерв по такой задолженности создается в размере 100 % от суммы долга.

В 2021 г. резерв по сомнительным долгам составил на сумму 5337 тыс. руб., в 2022 г. – 12548 тыс. руб.

Резерв под снижение стоимости материальных ценностей образуется за счет финансовых результатов организации на величину разницы между текущей рыночной стоимостью и фактической себестоимостью материально-производственных запасов, если последняя выше текущей рыночной стоимости. В 2022 г. резерв под снижение стоимости материально-производственных запасов был создан на сумму 1630 тыс. руб. Резервы под снижение стоимости материальных ценностей предназначены для уточнения оценки имущества и активов, учитываемых как средства в обороте, если их текущая рыночная стоимость оказалась ниже фактической себестоимости. Такие резервы в общем случае создаются перед составлением годового бухгалтерского баланса.

Можно утверждать, что за исследуемый период деятельность корпорации стала более прибыльной, именно поэтому она все меньше нуждается в кредитах и займах, что сказывается на уровне заемных средств.

Таким образом, распределение и использование прибыли ОАО «Племзавод «Урожай» является эффективным, так как за исследуемый период в корпорации наблюдается расширение основного производства, что поможет увеличить уровень прибыли в будущем, а также зафиксирована тенденция снижения кредитов и займов, что показывает на высокий уровень обеспеченности прибылью фирмы к 2023 г.

Для поддержания на достигнутом уровне результаты деятельности можно предложить следующие рекомендации:

1. Систематически осуществлять мониторинг доходов и финансовых результатов деятельности по организации в целом, в разрезе ее структурных центров ответственности, видов продукции. Данная аналитическая деятельность позволит своевременно отреагировать при выявлении сокращения доходов, ухудшения качества прибыли и разработать мероприятия по исправлению сложившихся тенденций или предотвратить негативные последствия.

2. Осуществлять мониторинг себестоимости продукции с целью выявления путей ее сокращения.

3. Обратит внимание на прочие расходы и прочие доходы, сбалансировать их величину в сторону превышения прочих доходов, что и итоге приведет к росту прибыли до налогообложения.

4. Проанализировать актуальность применения выбранной обычной системы

налогообложения на предмет уменьшения налоговой нагрузки на организацию.

Библиографический список

1. Горелко О. А. Комплексная методика анализа и оценки финансовых результатов деятельности организации / О. А. Горелко, Ю. С. Шевченко // Экономика и предпринимательство. 2018. – № 11 (100) – С. 1047-1052.
- 2 Шевченко Ю. С., Резервы увеличения прибыли и пути повышения финансовых результатов деятельности сельскохозяйственных организаций / Ю. С. Шевченко, В. А. Федорова // Экономика и предпринимательство. 2019. –№ 5 (106). – С. 691-694.
3. Шевченко Ю. С. Финансовые результаты и их влияние на эффективность деятельности организаций: монография / Шевченко Ю.С. – Краснодар: КубГАУ, 2019.– 85 с.
4. Шевченко Ю. С. Влияние изменений финансовых результатов деятельности на финансовую устойчивость организаций / Ю. С. Шевченко // Сборник научных трудов по материалам II Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов Юга России». – Майкоп: АГУ, 2015. – С. 152-158.
5. Шевченко Ю. С. Финансово-экономическое положение ОАО «Агроном» / Ю. С. Шевченко, А. Е. Реутова // Экономические исследования и разработки. – 2019. – № 3. – С. 63-72.

УДК 338.4

Шестакова А. Ю., Шевченко Ю. С. Направления роста финансовой устойчивости организации

Directions for the growth of the financial stability of the organization

Шевченко Юлия Сергеевна

канд. экон. наук, доцент кафедры финансов
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»

Шестакова Анна Юрьевна

бакалавр 4 курса, направления подготовки 38.03.01 Экономика
направленность «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»
г. Краснодар

Shevchenko Yuliya Sergeevna
candidate of economic Sciences, Associate Professor
of Finance FGBOU VO

«Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina»

Shestakova Anna Yurievna

Bachelor 4 courses, directions of training 38.03.01 Economics
direction «Finance and credit»

FGBOU VO «Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina»
Krasnodar

***Аннотация.** В статье представлены результаты оценки финансовой устойчивости АО «Марьинское», на основании которых разработаны направления укрепления финансового состояния организации*

***Ключевые слова:** ликвидность, платежеспособность, тип финансовой устойчивости, финансовое состояние*

***Abstract.** The article presents the results of the assessment of the financial stability of JSC Maryinskoye, on the basis of which the directions for strengthening the financial condition of the organization have been developed*

***Keywords:** liquidity, solvency, type of financial stability, financial condition*

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

В целях успешного формирования финансовых ресурсов организациям необходимо соблюдать ряд условий. Ключевым условием является качественный анализ финансового состояния данной организации за предшествующий период с целью определения перспектив и возможностей будущего развития. Финансовое состояние организации характеризуется совокупностью показателей, при расчете

которых получают характеристику и проводят оценку процесса формирования, а также использования ее финансовых ресурсов. В экономической деятельности с помощью анализа финансового состояния можно определить конечные результаты деятельности организации. Данная информация в основном интересует собственников организации, деловых партнеров и государственные органы. Именно поэтому анализ финансового состояния предприятия важен и его роль в экономическом процессе высока.

В рамках общей оценки финансового состояния необходимо провести анализ показателей баланса АО «Марьинское» для того, чтобы более точно увидеть каким является ее финансовое состояние на данный момент. Что бы определить финансовое состояние и дать точную оценку качеству формирования его денежных потоков, финансовых ресурсов, финансирования активов, использования этих активов необходимо использовать комплекс показателей, рассматривающих отдельные стороны и сферы финансовых операций деятельности. Общая оценка финансовой деятельности оценивается на краткосрочную и долгосрочную перспективу. Проведем оценку ликвидности баланса результаты представим на рисунке 1.

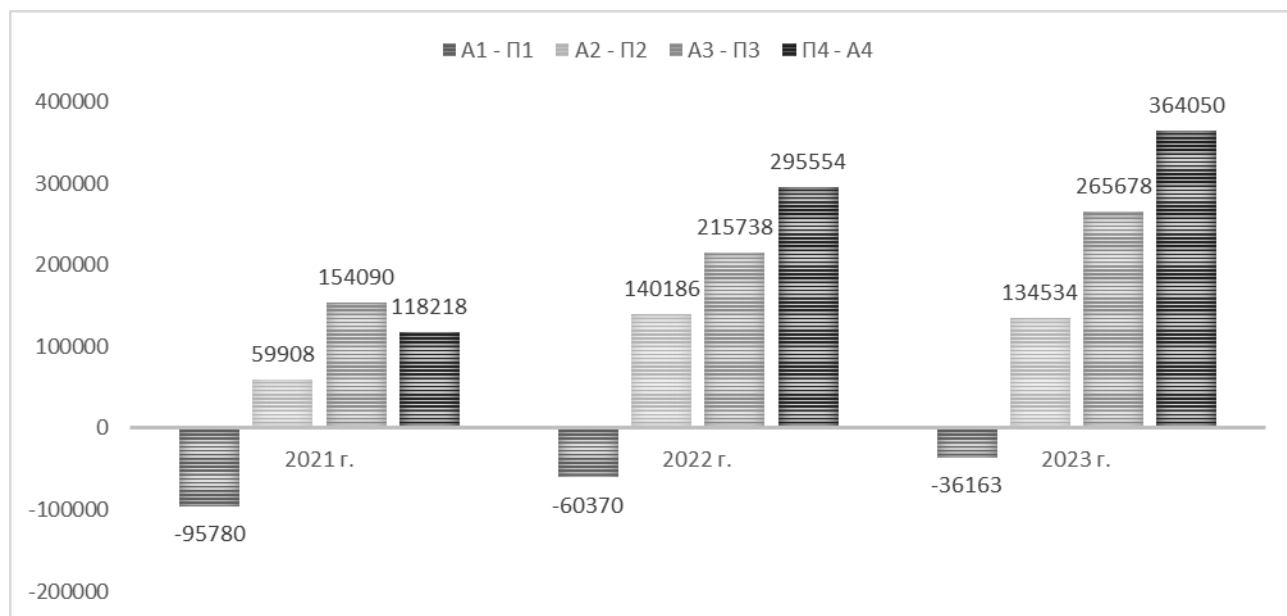


Рисунок 1– Ликвидность баланса АО «Марьинское»

Неравенство $A1 > P1$ для АО «Марьинское» оказалось невыполнимо, самые ликвидные средства организации недостаточны для оплаты кредиторской задолженности на протяжении всего анализируемого периода. Это свидетельствует о недостаточной платежеспособности организации на момент составления баланса. У организации не достаточно для покрытия наиболее срочных обязательств абсолютно

и наиболее ликвидных активов. Причем наибольший недостаток наблюдается в 2021 г., в 2023 г. недостаток снизился.

В анализируемом периоде неравенство $A2 > П2$ выполняется так как в организации отсутствовали краткосрочные кредиты, т. е. быстро реализуемые активы превышают краткосрочные пассивы и организация может быть платежеспособной в недалеком будущем с учетом своевременных расчетов с кредиторами, получения средств от продажи продукции в кредит.

Неравенство $A3 > П3$ выполнялось так как организация выплатила долгосрочные кредиты и при своевременном поступлении денежных средств от продаж и платежей организация может быть платежеспособной на период, равный средней продолжительности одного оборота оборотных средств после даты составления баланса.

Выполнение первых трех условий приводит автоматически к выполнению условия: $A4 < П4$. Данное неравенство выполняется на протяжении всего анализируемого периода. В 2020 г. у организации отсутствовали собственные оборотные средства так как до 2017 г. полученная прибыль перекрывала убытки, полученные в прошлые периоды. И с 2021 г. организация нарастила собственный капитал до состояния хорошей финансовой устойчивости и наличия собственных оборотных средств. Выполнение этого условия свидетельствует о соблюдении минимального условия финансовой устойчивости организации, наличия у нее собственных оборотных средств.

Далее рассчитаем и проанализируем коэффициенты ликвидности, характеризующие платежеспособность организации (таблица 1).

Таблица 1

Коэффициенты ликвидности организации

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Отклонение 2023 г. от 2021 г.
Коэффициент текущей ликвидности (2,0-3,0)	1,90	3,99	3,86	1,96
Коэффициент быстрой ликвидности (0,5-1,0)	0,73	1,81	1,77	1,04
Коэффициент абсолютной ликвидности (0,2-0,3)	0,27	0,37	0,31	0,04
Общий коэффициент ликвидности (более 1)	0,97	2,06	2,18	1,21

Коэффициент текущей ликвидности в общем виде характеризует платежеспособность организации. Он имеет нормативные значения более 2 – 3. В 2022 г. и 2023 г. коэффициент превышает нормативные значения, а вот в 2021 г. имел практически пограничное значение. Это связано с ростом краткосрочных обязательств, кредитов.

Коэффициент быстрой ликвидности рассчитывается по более узкому кругу оборотных активов, в расчет берутся абсолютно ликвидные активы и дебиторская задолженность. При сравнении этих активов с текущими обязательствами необходимо обеспечивать их достаточность для погашения обязательств. К 2023 г. АО «Марьинское» полностью могла обеспечить платежеспособность.

Коэффициент абсолютной ликвидности, самый жесткий показатель платежеспособности, показывает возможность организации обеспечить свои обязательства немедленно на дату составления отчетности. Коэффициент соответствовал нормативу и в 2022 г. и 2023 г. немного превышает его и свидетельствует о хорошей платежеспособности нашей организации.

Общий коэффициент ликвидности рассчитывается по разновесным показателям групп активов и пассивов и характеризует среднюю сложившуюся за период платежеспособность организации.

В таблице видно, что почти все коэффициенты ликвидности соответствуют нормативным значениям, даже превышают их. Данная ситуация характеризует организацию как довольно высоко ликвидную и платежеспособную. За анализируемый период показатели значительно возрастают и в 2023 г. коэффициент текущей ликвидности превышает нормативные значения. Организация сохраняет свою норму ликвидности, и способна погашать текущие задолженности за счёт текущих имеющихся (оборотных) активов.

Финансовая устойчивость характеризуется способностью организации формировать свои запасы нормальными собственными источниками. Рассчитаем данные показатели источников формирования запасов и сравним их с величиной запасов, чтобы определить тип финансовой устойчивости в таблице 2.

Таблица 2

Тип финансовой устойчивости АО «Марьинское», тыс. руб.

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Отклонение 2023 г. к 2021 г.
Капитал и резервы	399439	553857	681642	282203
Внеоборотные активы	281221	258303	317592	36371
Наличие собственных оборотных средств	118218	295554	364050	245832

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Отклонение 2023 г. к 2021 г.
Долгосрчные обязательства	-	-	-	-
Наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов	118218	295554	364050	245832
Краткосрочные кредиты и заемные средства	-	1465	51598	51598
Общая величина источников формирования запасов	118218	297019	415648	297430
Общая величина запасов	154090	215738	242740	88650
Излишек или недостаток собственных оборотных средств	-35872	79816	121310	157182
Излишек или недостаток собственных и долгосрочных источников формирования запасов	-35872	79816	121310	157182
Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов	-35872	81281	172908	208780
Трехкомпонентный показатель финансовой устойчивости	0;0;0	1;1;1	1;1;1	x

Итак, данные таблицы характеризуют увеличение собственного капитала организации на 282203 тыс. руб., внеоборотные активы увеличили свою стоимость на 36371 тыс. руб. Собственные оборотные средства организация имела на протяжении всего периода. Долгосрочными кредитами организация не пользуется. Привлекаемые краткосрочные кредиты в 2022 г. и 2023 г. увеличивают наличие источников для формирования запасов.

За рассматриваемый период величина запасов организации увеличилась на 88650 тыс. руб. При сравнении величины запасов с подходящими источниками финансирования в 2021 г. у организации наблюдалась кризисная финансовая устойчивость. Собственных источников было недостаточно для формирования запасов, в данный период организация не имела ни долгосрочных, ни краткосрочных кредитов. Организация находилась в 2021 г. в кризисном положении, финансирование запасов осуществлялось за счет кредиторской задолженности, что вызывает финансовую напряженность и опасную ситуацию.

Грамотная политика управленческого аппарата по отношению к запасам, основному виду деятельности, наличие источников финансирования помогла

организации в 2022 г. и 2023 г. перейти к абсолютной финансовой устойчивости, т. е. все запасы обеспечивались собственным капиталом и причем с хорошим запасом прочности.

Оценка финансовых показателей предприятия дополняется на основе метода финансовых коэффициентов, которые характеризуют как финансовую устойчивость компании, так и степень эффективности ее бизнеса, показатели финансовой устойчивости определяют степень финансовых рисков бизнеса компании (таблица 3).

Таблица 3

Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Отклонение 2023 г. к 2021 г.
Коэффициент автономии	0,752	0,848	0,842	0,09
Коэффициент финансовой устойчивости	0,752	0,848	0,842	0,09
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,296	0,534	0,534	-0,058
Коэффициент финансового левериджа	0,329	0,179	0,187	-0,142
Коэффициент финансовой зависимости	0,248	0,152	0,158	-0,09
Коэффициент обеспеченности оборотных активов	0,473	0,749	0,741	0,268
Коэффициент обеспеченности запасов	0,767	1,370	1,500	0,733

Рассматривая коэффициент автономии АО «Марьинское», можно сделать вывод об устойчивости и независимости от внешних кредиторов данного учреждения, т.к. на протяжении анализируемого периода показатель выше 0,5 и показал рост в 0,009 пунктов. У данного показателя есть нормативное значение >0.5 . Чем выше значение, тем более устойчива и независима от внешних кредиторов организация. Доля собственного капитала в конце 2023 г. стала составлять 84,2 %, что означает заемные источники финансирования используются корпорацией лишь в тех пределах, которые корпорация может обеспечить их полный и своевременный возврат.

Коэффициент финансовой устойчивости не отличается от коэффициента автономии, т. к. организация в данный период не привлекала долгосрочные кредиты. Однако в целом данное значение приближенно к 1, что свидетельствует о том, что активы организации профинансированы за счет надежных источников.

Коэффициент маневренности собственного капитала в целом находится в пределах нормы. В 2023 году 53,4 % собственного капитала находится в маневренной

форме. Норма маневренности данного показателя находится в рамках от 0.2 до 0.5. Чем выше этот коэффициент, тем эффективнее организация использует собственные средства, тем больше они проработают доход находясь в мобильный и быстро оборачиваемых активах.

Коэффициент финансового левериджа называют еще коэффициент соотношения заёмных и собственных средств, коэффициент финансового риска, плечо финансового рычага: рассчитывается как отношение заёмных и собственных средств. К 2023 г. привлечение заемных средств на рубль собственных заметно сократилось и составило на конец периода 0,187. Нормальное ограничение $K_{зс} \leq 1$ показывает, какая часть деятельности предприятия финансируется за счет заемных источников средств.

Коэффициенты обеспеченности как оборотных активов, так и запасов находятся выше предлагаемых нормативных значений и свидетельствуют о хорошей обеспеченности оборотных активов, на 74,1 % в 2023 г. Запасы организации обеспечены в полном объеме. Небольшие трудности организация испытывала в 2021 г., но к концу анализируемого периода обеспечила себе абсолютную финансовую устойчивость.

Перечень мероприятий, с помощью которых предполагается воздействовать на показатели финансовой устойчивости, чтобы их улучшить, разрабатывает руководитель финансово-экономической службы. К подобным мероприятиям можно отнести:

- увеличение собственного капитала через рост выручки и рентабельности продаж;
- оптимизацию дебиторской и кредиторской задолженностей компании;
- повышение эффективности управления денежными потоками компании;
- улучшение структуры активов компании через изменение долей внеоборотных и оборотных активов;
- оптимизацию кредитного портфеля компании путем увеличения доли долгосрочных кредитов и уменьшения доли краткосрочных кредитов.

В АО «Марьинское» наблюдается снижение финансовых результатов деятельности, однако рентабельность производства продукции и активов возрастает. Структура капитала организации за рассматриваемый период значительно укрепилась. Собственный капитал в 2021 г. составлял 75,2 % и возрос до значений в 84,2 % за счет роста нераспределенной прибыли. Следовательно, руководство организации выбрало правильную стратегию и методы управления структурой капитала, поддерживая высокую долю собственного капитала. Управляя структурой активов, а именно поддерживая достаточный уровень ликвидных активов поддерживается платежеспособность организации. При оценке ликвидности баланса выявлялся недостаток только по первой группе сравнения активов и пассивов. Однако все показатели платежеспособности соответствовали нормативным значениям.

Грамотная политика управленческого аппарата по отношению к запасам, наличию источников финансирования помогла организации в 2022 г. и 2023 г. перейти к абсолютной финансовой устойчивости, т. е. все запасы обеспечивались собственным капиталом и причем с хорошим запасом прочности.

Библиографический список

1. Дубинина Д. А. Высокая финансовая устойчивость залог инвестиционной активности организации / Д. А. Дубинина, Ю. С. Шевченко // Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам 73-й научно-практической конференции студентов по итогам НИР за 2017 год. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – С. 694-696.
2. Малука М.С. Платежеспособность и перспективы развития ОАО «Знамя Октября» / М. С. Малука, Ю. С. Шевченко // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. Сборник статей по материалам 74-й научно-практической конференции студентов по итогам НИР за 2018 год. 2019. – С. 660-663.
3. Лебенко Р. Н. Оценка эффективности формирования и использования финансовых ресурсов организаций / Р. Н. Лебенко, Ю. С. Шевченко // Экономика и предпринимательство. 2018. – № 9 (98) – С. 1166-1172.
4. Реутова А. Е. Финансово-экономическое положение ОАО «Агроном» / Ю. С. Шевченко Ю.С., А. Е. Реутова // Экономические исследования и разработки. 2019. – № 3. – С. 63-72.
5. Шевченко Ю. С. Направления улучшения финансового состояния сельскохозяйственных организаций / Шевченко Ю. С., Шестакова А. Ю., Ребенко А. П., Адамьян В. А. // Экономика и предпринимательство. 2023. – № 8 (157). – С. 1169-1175.
6. Шевченко Ю. С. Стратегия и тактические приемы оптимизации показателей платежеспособности и финансовой устойчивости сельскохозяйственных организаций / Шевченко Ю. С., Малука М. С. // Экономика и предпринимательство. 2022. – № 6 (143). – С. 1384-1391.
7. Шевченко Ю. С. Финансово-экономическое положение ОАО "Агроном" / Ю. С. Шевченко, А. Е. Реутова // Экономические исследования и разработки. – 2019. – № 3. – С. 63-72. – EDN ZDZHBZ.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 336.22

Дандаа А.Р. Налоги как фактор экономической безопасности

Taxes as a factor of economic security

Дандаа Айгуль Радиевна,

студент, Сибирский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Новосибирск

Dandaa Aigul Radieva,

student, Siberian Institute of Management – branch of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation", Novosibirsk

***Аннотация.** В статье рассматривается значение налогов как фактора экономической безопасности государства, обосновывается актуальность изучения налогов в современной экономике. Представлены основные подходы к определению понятия налогов, виды налогов. На основе данных официальной статистики проанализированы показатели налогов на примере Республики Тыва. Автор делает вывод о том, что роль налогов в современных экономических системах велика. Они не только являются основным источником формирования бюджета, но и являются важным звеном финансовой системы, через которую выстраиваются отношения между государством и физическими лицами. Налоги - главный источник финансовых ресурсов, централизуемых государством для общественно необходимых и законодательно установленных потребностей.*

***Ключевые слова:** налоги, налоговая система, экономика, экономическая система, безопасность, бюджет.*
***Abstract.** The article examines the importance of taxes as a factor of economic security of the state, substantiates the relevance of studying taxes in the modern economy. The main approaches to the definition of taxes and types of taxes are presented. Based on official statistics data, tax indicators are analyzed using the example of the Republic of Tyva. The author concludes that the role of taxes in modern economic systems is great. They are not only the main source of budget formation, but also an important link in the financial system through which relations between the state and individuals are built. Taxes are the main source of financial resources centralized by the state for socially necessary and legally established needs.*

***Keywords:** taxes, tax system, economy, economic system, security, budget.*

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

Налоговая система играет исключительно важную роль в обеспечении экономической безопасности государства. Она является неотъемлемым фактором, который позволяет государству эффективно функционировать, осуществлять свои задачи и удовлетворять потребности общества [8].

Во-первых, налоги являются одним из основных источников государственного дохода. За счет сбора налогов государство финансирует свою деятельность,

обеспечивает развитие инфраструктуры, социальную защиту и другие важные сферы жизни общества. Без налогового дохода государство не способно обеспечить стабильность экономической системы и социального развития.

Во-вторых, налоги являются эффективным инструментом регулирования экономики. Государство может использовать налогообложение для стимулирования или ограничения определенных секторов экономики, чтобы достичь нужных экономических целей. Например, путем установления налоговых льгот или ставок на определенные виды деятельности государство может поощрять инвестиции, развивать определенные отрасли, привлекать иностранный капитал и улучшать конкурентоспособность экономики.

В-третьих, налоговая система способствует справедливому распределению общественного бремени. Принцип прогрессивного налогообложения позволяет более благополучным членам общества вносить больший вклад в государственную казну, тогда как менее обеспеченным слоям населения предоставляется налоговая помощь. Это способствует улучшению социальной справедливости и уравниванию возможностей для всех граждан.

В-четвертых, налоговая система является важным фактором противодействия коррупции и неформальной экономике. Сбор налогов обеспечивает прозрачность в отношениях между гражданами и государством, а также способствует формированию правил и законов, которым подчиняются все участники экономической деятельности. Это позволяет ограничить неформальную экономику, подвергающую государство и его экономику значительным убыткам [3], [7],[10], [15].

Таким образом, налоги играют важнейшую роль в обеспечении экономической безопасности государства. Они являются основным источником финансовых ресурсов для государства, инструментом экономического регулирования, средством справедливого распределения общественного бремени и фактором противодействия коррупции. Поэтому разработка эффективной налоговой политики, учитывающей интересы общества и экономическую ситуацию, является важным компонентом обеспечения экономической безопасности государства. Роль налоговой системы в обеспечении экономической безопасности определяется общими принципами, критериями и показателями экономической безопасности: ее механизм должен способствовать динамичному развитию экономики, создавать финансовые условия для социально-экономической стабильности в обществе, успешного противостояния внутренним и внешним угрозам страны и ее отдельным территориям [6].

Налог — обязательный, индивидуально безвозмездный платёж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве

собственности средств, в целях финансового обеспечения деятельности государства и муниципальных образований [1].

Одним из основных подходов к определению понятия налогов является экономический подход. Согласно этому подходу, налоги — это обязательные платежи, взимаемые со стороны государства с целью финансирования его деятельности. Налоги служат основным источником доходов государства и позволяют ему осуществлять функции поддержки социальной сферы, инфраструктуры, образования и здравоохранения, а также обеспечивать оборону, безопасность и другие необходимые государству задачи [11].

Другим подходом к определению понятия налогов является юридический подход. В соответствии с этим подходом, налоги – это имущественные обязательства, которые налагаются на физических и юридических лиц по указанию законодательства государства. Налоги устанавливаются в соответствии с законом и взыскиваются налоговыми органами [2], [12],[14].

Третьим подходом к определению понятия налогов является социальный подход. Согласно этому подходу, налоги – это инструмент социального регулирования, который позволяет достичь социальной справедливости и распределения богатства в обществе. Налоги направляются на поддержку малообеспеченных слоев населения, обеспечение социальных гарантий, равенства возможностей и сокращение различий в доходах между разными социальными группами.

Несмотря на различные подходы к определению понятия налогов, одно можно считать общим для всех – налоги являются неотъемлемой частью функционирования государства и играют важную роль в обеспечении его экономической и социальной стабильности. Налоговая система строится на принципах справедливости, пропорциональности и эффективности с целью достижения финансовой устойчивости государства и обеспечения благосостояния его граждан [4].

Экономическая безопасность традиционно рассматривается как важнейшая качественная характеристика экономической системы, которая определяет её способность поддерживать нормальные условия жизнедеятельности населения, устойчивое обеспечение ресурсами развития народного хозяйства, а также последовательную реализацию национально-государственных интересов. Она основана на независимости, стабильности и росте национальной экономики, что является обязательным условием нормального ее функционирования. Основу экономической безопасности составляют национальные интересы - совокупность взаимосвязанных и уравновешенных между собой интересов государства, общества и индивидуума.

Экономическая безопасность — это состояние экономической системы, которое позволяет ей развиваться динамично, эффективно и решать социальные задачи и при котором государство имеет возможность вырабатывать и проводить в жизнь независимую экономическую политику [5].

Проанализируем современное состояние налогов в экономике на примере бюджета Республики Тыва. По данным органов статистики, за счет безвозмездных поступлений происходило увеличение доходов бюджета республики (таблица 1) [8]. По данным отчетов об исполнении бюджета Республики Тыва за 2019-2023 гг, следующим образом складывается структура доходов республики.

Таблица 1

Динамика структуры доходов Республики Тыва за 2019-2023 гг.

Наименование	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Налоговые доходы	702968	721624	746701	753586	753586
Неналоговые доходы	27532	74556	101960	42026	61024
Безвозмездные поступления	2013690	2373640	2556230	3834420	4760250

Исходя из таблицы 1, безвозмездные поступления составляли основную часть доходов Республики Тыва на протяжении исследуемого периода: на их долю приходилось в 2019 году 91 % всех доходов бюджета, 94 % в 2022 г. и 97 % в 2023 г.

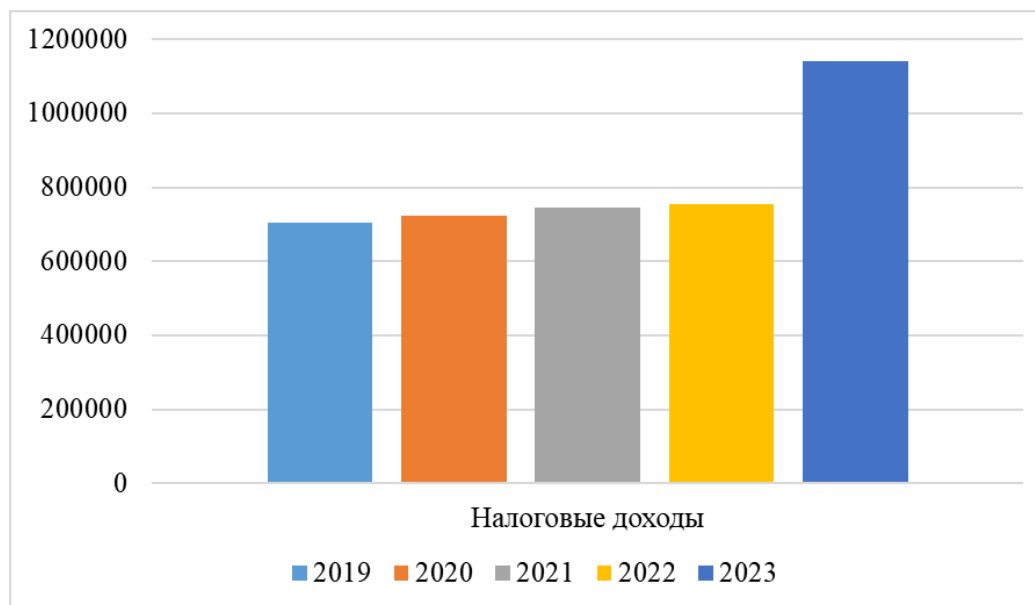


Рис.1. Динамика налоговых доходов за 2019-2023 гг.

Налоговые доходы до 2021 года имели тенденцию к увеличению, но с 2022 года доходы сокращаются. Это обусловлена тем, что были введены ограничения в связи с

пандемией, что свою очередь, привело к существенным изменениям в экономике, а следовательно, отрицательно воздействует на объемы налоговых поступлений.

Наименьшую долю в структуре доходов Республики Тыва на протяжении анализируемого периода составляли неналоговые доходы, в 2019 году на их долю приходилось 1 % всех доходов бюджета республики, а в 2023 году их доля уменьшилось на 0,5 %.

От налаженной налоговой системы зависит эффективность деятельности основных звеньев экономики, развитие предпринимательства и удовлетворение основных потребностей государства. Поэтому закономерно, что в российских условиях налогам и налоговой системе уделяется значимое внимание, они являются важнейшим объектом и направлением рыночных реформ. Потому как именно налоговая политика существенно влияет на экономическую и общую государственную безопасность страны. Учитывая все это можно сделать вывод, что налоговая система важнейшая составляющая экономической и финансовой безопасности, во-первых, как ресурсный фактор, находящийся в руках государства, во-вторых, как инструмент воздействия на экономические и социальные процессы, в-третьих, как фактор обратной связи и зависимости государства от налогоплательщиков и территорий.

Библиографический список

1. Адыкаева, Е. Н. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал / Е. Н. Адыкаева // Труды Новосибирского государственного архитектурно-строительного университета (Сибстрин). – 2007. – Т. 10, № 1. – С. 127-133. – EDN WMXABV.
2. Адыкаева, Е. Н. Политика развития человеческого капитала / Е. Н. Адыкаева // Труды Новосибирского государственного архитектурно-строительного университета (Сибстрин). – 2007. – Т. 10, № 2. – С. 79-82. – EDN WKLJDJ.
3. Адыкаева, Е. Н. Роль человеческого капитала в модернизации общества / Е. Н. Адыкаева // Труды Новосибирского государственного архитектурно-строительного университета (Сибстрин). – 2006. – Т. 9, № 2. – С. 27-33. – EDN WLDBLL.
4. Адыкаева, Е. Н. Теория бухгалтерского учета в схемах и таблицах : учебное пособие / Е. Н. Адыкаева. – Новосибирск : Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), 2012. – 100 с. – ISBN 978-5-7795-0575-8. – EDN QVFZSJ.
5. Адыкаева, Е. Н. Формирование человеческого капитала в сфере высшего профессионального образования как фактора экономического роста : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Адыкаева Елена Николаевна. – Новосибирск, 2004. – 19 с. – EDN WLMABX.
6. Гильванова Э.Р. Налоговый контроль как фактор обеспечения экономической безопасности государства // Вестник науки. 2023. №10 (67).
7. Димитриева, Е. Н. Аутсорсинг бухгалтерских услуг как механизм обеспечения экономической безопасности для малого бизнеса / Е. Н. Димитриева, Е.

А. Никифорова // Экономические исследования и разработки. – 2019. – № 6. – С. 9-20. – EDN LDLXIV.

8. Димитриева, Е. Н. Реализация налоговой политики в России и Республике Тыва / Е. Н. Димитриева, А. Х. П. Кара-Сал, Д. В. Куницын // Сибирская финансовая школа. – 2022. – № 2(146). – С. 126-135. – DOI 10.34020/1993-4386—2022-2-126-135. – EDN PLORSL.

9. Димитриева, Е. Н. Человеческий капитал - фактор развития экономики знаний / Е. Н. Димитриева // Инновационное развитие и реализация стратегии формирования экономики знаний в России / Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин). – Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), 2016. – С. 164-170. – EDN YFYRZ.

10. Димитриева, Е. Н. Человеческий капитал - фактор экономического роста / Е. Н. Димитриева // Тезисы докладов 62-й научно-технической конференции, посвященная 75-летию НГАСУ (Сибстрин), Новосибирск, 01–28 февраля 2005 года / Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин). – Новосибирск: Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), 2005. – С. 2-3. – EDN YMUNRD.

11. Кулешова, Л. В. Налоги как фактор экономической безопасности Ставропольского края // Вестник Университета Российской академии образования. 2021. № 5. С. 138-150.

12. Левшукова О.А., Топыгова В.В. Налоговая безопасность России как элемент экономической безопасности государства // Деловой вестник предпринимателя. 2023. №2 (12).

13. Паращук, И. А. Организация внутреннего аудита в России / И. А. Паращук, Е. Н. Димитриева // Экономические исследования и разработки. – 2019. – № 6. – С. 21-25. – EDN WSLIHQ.

14. Тошев Ф. З. Налоги как фактор экономической безопасности // Экономическая безопасность социально-экономических систем: вызовы и возможности : Сборник трудов IV Международной научно-практической конференции, Белгород, 28 апреля 2022 года / Под редакцией Е.А. Стрябковой, Н.А. Герасимовой, А.М. Кулик. Белгород: Общество с ограниченной ответственностью Эпицентр, 2022. С. 376-378.

15. Худиева, А. И. Влияние теневой экономики на налоговую составляющую экономической безопасности / А. И. Худиева, Е. Ю. Якубовская, Е. Н. Димитриева // Экономическая безопасность страны, регионов, организаций различных видов деятельности : Материалы Третьего Всероссийского форума в Тюмени по экономической безопасности, Тюмень, 20–21 апреля 2022 года / Отв. редактор Д.Л. Скипин. – Тюмень: ТюмГУ-Press, 2022. – С. 157-161. – EDN MHKGSY.

УДК 338:339.9

Зорька Е.И. Оценка экономической безопасности Кыргызской Республики макроэкономическими индикаторами в условиях нестабильности

Assessment of economic security of the Kyrgyz Republic by macroeconomic indicators under conditions of instability

Зорька Е.И.,

к.э.н., и.о. доцента

Кыргызско-Российский Славянский университет имени Б. Н. Ельцина,
г. Бишкек, Кыргызская Республика

Zorka E.I.,

Candidate of Economic Sciences, Acting Associate Professor
Kyrgyz-Russian Slavic University named after B. N. Yeltsin, Bishkek, Kyrgyz Republic

***Аннотация.** В статье оценивается состояние экономической безопасности Кыргызской Республики макроэкономическими индикаторами за 2008-2022 гг., с акцентом в периоды внутренних и внешних экономических шоков, и вызовов. Для оценки использовались: пороговый, индикативный и интегральный методы оценки состояния экономической безопасности, также смоделированы сигнальные значения способные предупредить о серьезных кризисах национальной экономики страны.*

***Ключевые слова:** economic security, macroeconomic indicators, economic shocks, economic security threshold, risk zones for economic security indicators.*

***Abstract.** The article assesses the state of economic security of the Kyrgyz Republic by macroeconomic indicators for 2008-2022, with a focus on the periods of internal and external economic shocks and challenges. For the assessment were used: threshold, indicative and integral methods of assessing the state of economic security, as well as modeled signal values that can warn of serious crises in the national economy of the country.*

***Keywords:** economic security, macroeconomic indicators, economic shocks, economic security threshold, risk zones for economic security indicators.*

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

Экономическая безопасность страны, ее оценка и мониторинг становится весьма важным аспектом в условиях глобальной экономической нестабильности, возникновения различных внутренних и внешних экономических шоков, которые влияют на устойчивость национальной экономики. Поэтому приобретает свою актуальность исследование и оценка экономической безопасности Кыргызской Республики на основе макроэкономических индикаторов с акцентом на годах в которых проявлялись экономические шоки.

Стоит отметить, что вопросы оценки экономической безопасности страны рассматриваются в работах таких отечественных авторов как: Асылбаев А. Б. [1, с. 67-72], Джусуева А. Э. [3, с. 99-105], Сулайманова, К. К. [9, с. 343-350].

В рамках исследовательской статьи мы предполагаем, что за последние пятнадцать лет возникавшие внутренние и внешние экономические шоки, и вызовы оказывали сильное негативное воздействие на состояние экономической безопасности Кыргызской Республики, состояние которой мы оцениваем исключительно основными макроэкономическими индикаторами (Темп роста ВВП, инфляция, безработица доли экспорта и импорта в ВВП).

Основными методами оценки экономической безопасности Кыргызской Республики в данном исследовании выступают: пороговый [5, с. 56-66; 4, с. 11], индикативный подход [6, с. 44-51], интегральный метод [10, с. 102-115].

На наш взгляд, основными внутренними и внешними экономическими шоками, и вызовами во временной перспективе для Кыргызской Республики могли стать:

- 2008 год: мировой финансовый кризис;
- 2010 год (апрель): силовая смена власти;
- 2015 год: вступление в ЕАЭС;
- 2019-2020 годы: пандемия COVID-19;
- 2022 год (24 февраля): СВО России на территории Украины.

На начальном этапе исследования оценим состояние экономической безопасности КР на основе макроэкономических индикаторов пороговым методом. Обратимся к таблице 1.

Таблица 1

Макроэкономические индикаторы экономической безопасности Кыргызской Республики [2], [7], [4]

	ПЭБ	2008	2009	2010	2011	2012
Темп роста ВВП, %	min 103	108,4	102,9	99,5	106,0	99,9
Индекс потребительских цен, %	max 110	120,0	100,0	119,2	105,7	107,5
Безработица, %	max 10	8,2	8,4	8,6	8,5	8,4
Экспорт товаров и услуг в ВВП, %	min 20	53,9	50,0	49,8	54,5	55,3
Импорт товаров и услуг в ВВП, %	max 50	92,4	76,5	79,2	82,4	100,3
		2013	2014	2015	2016	2017
Темп роста ВВП, %	min 103	110,9	104,0	103,9	104,3	104,7
Индекс потребительских цен, %	max 110	104,0	110,5	103,4	99,5	103,7
Безработица, %	max 10	8,3	8,0	7,6	7,2	6,9
Экспорт товаров и услуг в ВВП, %	min 20	54,4	45,9	37,8	35,7	34,3
Импорт товаров и услуг в ВВП, %	max 50	93,1	88,5	75,3	69,8	66,4

		2018	2019	2020	2021	2022
Темп роста ВВП, %	min 103	103,8	104,6	92,9	105,5	109,0
Индекс потребительских цен, %	max 110	100,5	103,1	109,7	111,2	114,7
Безработица, %	max 10	6,2	5,5	5,8	5,3	4,9
Экспорт товаров и услуг в ВВП, %	min 20	33,2	35,0	29,6	35,6	29,7
Импорт товаров и услуг в ВВП, %	max 50	71,6	63,9	49,2	64,1	87,2

Из таблицы мы видим, что на исследуемом отрезке времени есть года, когда тот или иной индикатор оценки экономической безопасности выходил за свои пороговые значения. Так в 2010 году это были три индикатора – темп роста ВВП, индекс потребительских цен и импорт товаров и услуг. В целом в исследуемом периоде показатель импорта товаров и услуг в ВВП не превышал пороговое значение только в 2020 году, но, был близок к нему.

Далее оценим на сколько серьезным было отклонение индикаторов от пороговых значений, воспользуемся индексным методом и рассчитаем зоны риска для каждого индикатора, результаты оценки представим на рисунке 1.

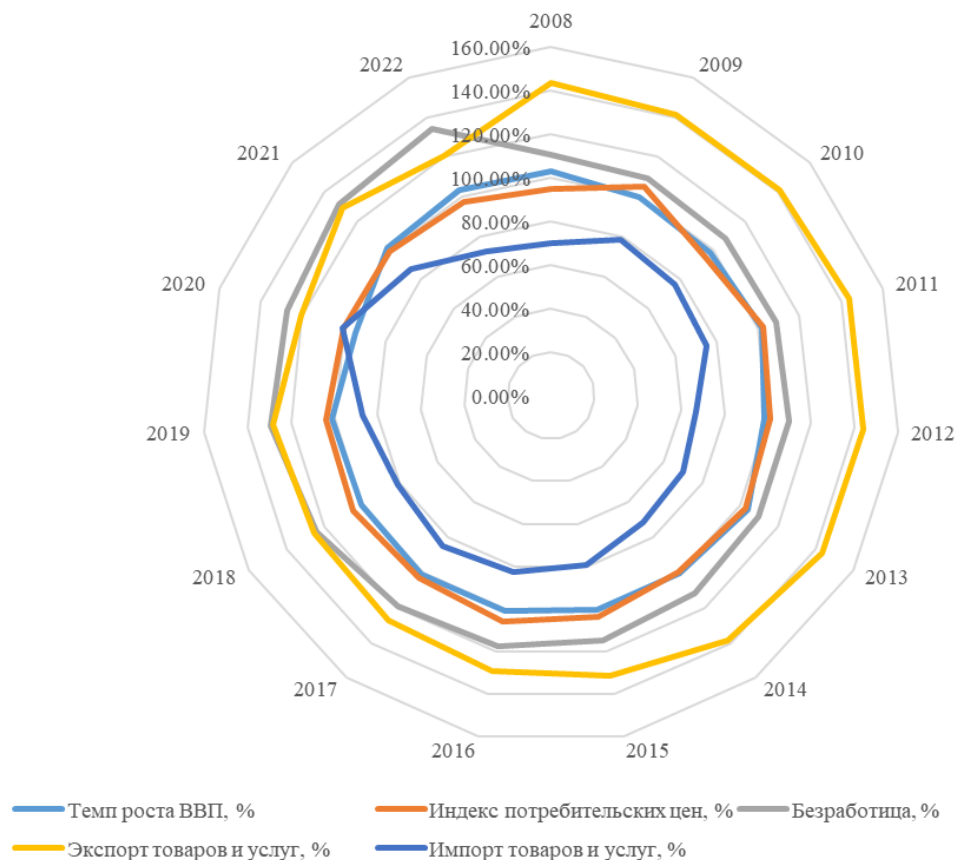


Рисунок 1 – Результаты оценки макроэкономических индикаторов Кыргызской Республики индексным методом

Отметим, что интерпретация результатов оценки задана следующими интервалами [8, с. 44];

- Зона катастрофического риска менее 25%;
- Зона критического риска на интервале [26; 50) %;
- Зона значительного риска на интервале [50; 75) %;
- Зона умеренного риска на интервале [75; 100] %;
- Зона стабильности более > 100%.

Таким образом, на всем исследуемом интервале индикаторы безработицы и экспорта товаров и услуг в ВВП находятся в зоне стабильности. Индикатор импорта товаров и услуг в ВВП в большей мере пребывает в зонах умеренного (2019-2020, 2015-2019, 2021). и значительного риска (2008, 2011-2014, 2022).

Рассмотрим более детально некоторые результаты расчета зоны риска для макроэкономических индикаторов экономической безопасности Кыргызской Республики в таблице 2.

Таблица 2

Оценка зоны риска для макроэкономических индикаторов экономической безопасности Кыргызской Республики индексным методом

Индикатор	2008	2010	2015	2019	2020	2022
Темп роста ВВП, %	102,91%	98,05%	100,50%	100,88%	94,20%	103,20%
Индекс потребительских цен, %	95,10%	95,47%	103,54%	103,70%	100,15%	97,62%
Безработица, %	110,92%	108,12%	114,82%	129,57%	127,35%	134,13%
Экспорт товаров и услуг в ВВП, %	143,64%	141,12%	131,14%	128,02%	120,54%	120,66%
Импорт товаров и услуг в ВВП, %	70,22%	76,76%	79,02%	86,81%	100,87%	72,62%

Из таблицы 2 мы видим, что показатели безработицы и экспорта товаров и услуг в ВВП за все время находятся в зоне стабильности. Инфляция во время мирового финансового кризиса была в зоне умеренного риска, при этом значительный риск приобретал показатель импорта товаров и услуг в ВВП. В 2010 году в зону умеренного риска ожидаемо попали показатели темпа роста ВВП и инфляции на фоне происходивших в стране событий, в зоне значительного риска по-прежнему остается индикатор импорта товаров и услуг в ВВП. Следует отметить, что, начиная с 2015 года индикатор импорта товаров и услуг в ВВП стал стремиться к зоне умеренного риска и попал в зону стабильности в 2020 году. Отчасти можно предположить, что в данном случае события 2019-2020 годов оказали положительное влияние на данный индикатор. В 2022 году отмечается значительное ухудшение индикатора импорта товаров и услуг в ВВП при одновременном ухудшении показателя инфляции.

Дополним оценку зоны риска макроэкономических индикаторов экономической безопасности Кыргызской Республики интегральным методом, обратимся к таблице 3.

Таблица 3

Оценка зоны риска для макроэкономических индикаторов экономической безопасности Кыргызской Республики интегральным методом

	2008	2010	2015	2019	2020	2022	D_{in}^*
Темп роста ВВП, %	0,0000	0,0337	0,0000	0,0000	0,0985	0,0000	0,0109
Индекс потребительских цен, %	0,0912	0,0839	0,0604	0,0631	0,0025	0,0427	0,0413
Безработица, %	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Экспорт товаров и услуг в ВВП, %	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Импорт товаров и услуг в ВВП, %	0,8479	0,5833	0,5052	0,2784	0,0000	0,7434	0,5475
D_i	0,1878	0,1402	0,1131	0,0683	0,0202	0,1572	
* рассчитано автором на интервале 2008-2022 гг.							
$D(D_{in}) < 0,25$ зона катастрофических угроз; $0,50 \geq D_i(D_{in}) \geq 0,25$ зона критических угроз; $0,75 \geq D_i(D_{in}) \geq 0,50$ зона значительных угроз; $1,00 \geq D_i(D_{in}) \geq 0,75$ зона умеренных угроз; $D_i(D_{in}) > 1,00$ зона отсутствия угроз [10, с. 108-109]							

Исходя из таблицы 3, мы видим, что интегральный индекс оценки экономической безопасности по исследуемым годам находится в зоне отсутствия угроз. При этом интегральный индекс индикатора импорта товаров и услуг в ВВП находится в зоне значительных угроз, что должно быть принято во внимание Министерством экономики и коммерции КР.

Таким образом, за последние пятнадцать лет возникавшие внутренние и внешние экономические шоки, и вызовы не оказывали сильного негативного воздействия на состояние экономической безопасности Кыргызской Республики на макроэкономическом уровне в целом.

В целом остался неясным вопрос: при каких значениях рассматриваемых индикаторов экономическая безопасность КР будет находиться в опасном состоянии. Для этого нами были смоделированы значения макроэкономических индикаторов, при которых они будут находиться в зонах значительного, критического и катастрофического рисков и угроз. Результаты расчетов отражены в таблице 4.

Таблица 4
 Результаты моделирования значений индикаторов экономической безопасности
 КР для различных состояний

Индикаторы	Индексный метод			Метод дифференциального исчисления		
	значительн ое	критическ ое	катастрофичес кое	значительн ое	критическ ое	катастрофичес кое
	Интервал значений индикатора					
Темп роста ВВП, %	30,9-55,4	9,3-30,8	0-9,3	25,8-51,5	менее 25,8	
ИПЦ, %	204,3-366,2	366,2-1220	более 1220	165-192,5	192,5-220	более 220
Безработица, %	18,6-33,3	более 33,3		15-17,5	17,5-20	более 20
Экспорт товаров и услуг в ВВП, %	6-10,8	1,8-6	0-1,8	5-9,99	менее 5	
Импорт товаров и услуг в ВВП, %	92,4-166,4	166,4-554,5	более 554,5	74,99-87,5	87,5-100	более 100

Таким образом, представленная таблица может служить сигнальным элементом, предупреждающем о серьезных кризисах национальной экономики страны.

В заключении необходимо отметить, что выдвинутая в начале исследования гипотеза не подтвердилась и за последние пятнадцать лет возникавшие внутренние и внешние экономические шоки, и вызовы не оказывали сильного негативного воздействия на состояние экономической безопасности Кыргызской Республики в целом. Но при этом отметим, что состояние экономической безопасности республики оценивалось основными макроэкономическими индикаторами (Темп роста ВВП, инфляция, безработица доли экспорта и импорта в ВВП), что описывает общее состояние и тенденции развития экономики, но упускает важные точечные моменты возможного негативного воздействия на экономику страны. На наш взгляд, при более детальном рассмотрении иных индикаторов экономической безопасности возможно будет оценить негативное влияние рассматриваемых событий на ее состояние, что может явиться дальнейшим материалом для исследования.

Библиографический список

1. *Асылбаев, А. Б.* Анализ основных индикаторов национальной и экономической безопасности Кыргызстана / А. Б. Асылбаев, К. Н. Ниязалиева // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – 2018. – № 2. – С. 67-72.
2. Бюллетень Национального Банка Кыргызской Республики [Эл. ресурс]. URL: <https://www.nbkr.kg/index1.jsp?item=137&lang=RUS> (дата обращения 05.08.2023).

3. *Джусуева, А. Э.* Оценка экономической безопасности Кыргызской Республики / А. Э. Джусуева, Н. С. Баймурзаева // Известия Иссик-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. – 2022. – № 4(39). – С. 99-105.

4. *Зорька Е.И.* Механизмы повышения экономической безопасности Кыргызской Республики в условиях евразийской интеграции. Автореф. канд. дисс. Бишкек, 2019.

5. *Манахова, И. В.* Сравнительная характеристика способов оценки экономической безопасности России / И. В. Манахова, К. С. Хрупина // Экономическое возрождение России. – 2023. – № 1(75). – С. 56-66. – DOI 10.37930/1990-9780-2023-1-75-56-66. – EDN GQKFCS.

6. *Митяков, Е. С.* Оценка рисков в задачах мониторинга угроз экономической безопасности / Е. С. Митяков, С. Н. Митяков // Труды НГТУ им. Р.Е. Алексеева. – 2018. – № 1(120). – С. 44-51. – DOI 10.46960/1816-210X_2018_1_44. – EDN YTVBIO.

7. Официальный сайт Национального Статистического Комитета Кыргызской Республики [Эл. ресурс]. Open Data. URL: <https://www.stat.kg/ru/opendata/> (дата обращения 05.05.2024).

8. *Сенчагов В.К., Митяков С.Н.* Использование индексного метода для оценки уровня экономической безопасности [Эл. ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-indeksnogo-metoda-dlya-otsenki-urovnya-ekonomicheskoy-bezopasnosti> (дата обращения: 05.05.2024).

9. *Сулайманова, К. К.* Проблемы и пути повышения обеспечения социально-экономической безопасности Кыргызстана / К. К. Сулайманова // Известия Иссик-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. – 2022. – № 3-1(38). – С. 343-350.

10. *Сушкова И. А.* Актуальные проблемы обеспечения финансовой безопасности России / И. А. Сушкова // Экономическая безопасность России: вызовы XXI века: сб. науч. ст. – Саратов, 2018.

УДК 33

Тищенко Д.М., Захарова С.Г. Защита национальных интересов России в условиях санкционного воздействия

Approaches to the evaluation of the economic security of the domestic enterprises

Тищенко Дарья Михайловна

студент ННГУ им. Н.И. Лобачевского

Захарова Светлана Германовна

к.э.н., доцент, ННГУ им. Н.И. Лобачевского,

кафедра менеджмента и государственного управления,

г. Нижний Новгород, Россия

Tishchenko D. M.

student Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Zakharova Svetlana Germanovna

Candidate of Economics, Associate Professor,

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Department of Management and Public

Administration /The Institute of Economics,

Nizhny Novgorod, Russia

***Аннотация.** В статье проведён анализ ожиданий недружественных стран в результате санкционных воздействий на Россию. Разработан атлас первого пакета санкций, направленных против России, включающий перечень ограничительных мер, которые представляли реальные угрозы для социально-экономического развития России, распределённых по направлениям воздействия: экономическое, социальное, политическое и культурное. Рассмотрены проблемы социально-экономического развития, связанные с уходом западных компаний IT-отрасли из России и антикризисные меры, как шанс развития отечественных компаний.*

***Ключевые слова:** санкции, антикризисные меры, экономическая безопасность, защита национальных интересов, меры поддержки отраслей*

***Abstract.** The article analyzes the expectations of unfriendly countries as a result of sanctions on Russia. An atlas of the first package of sanctions against Russia has been developed, including a list of restrictive measures that posed real threats to Russia's socio-economic development, distributed in areas of impact: economic, social, political and cultural. The problems of socio-economic development related to the withdrawal of Western IT companies from Russia and anti-crisis measures as a chance for the development of domestic companies are considered.*

***Keywords:** sanctions, anti-crisis measures, economic security, protection of national interests, measures to support industries*

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

Защита национальных интересов Российской Федерации, русского языка, дружественных народов, оказавшихся в сложном положении под гнётом антироссийского режима, потребовала определенных, весьма жёстких мер со стороны управляющей системы РФ. Это вызвало возмущение со стороны стран запада, которые с помощью санкционного давления, начиная с 2014 года, надеялись ослабить Россию

как на внешнем периметре, так и внутри страны, при этом по-прежнему используя дешёвые российские ресурсы в интересах развития собственных стран. Под гнётом санкций ожидалось крушение российской экономики, взрыв социальных возмущений, активизация протестного движения против управляющей системы со стороны прозападных асессоров. Учитывая все условия в сложившейся ситуации, принятые антикризисные меры, были направлены на реализацию открывающихся в ходе кризиса возможностей, а также устранение или минимизацию отрицательных результатов. Противостояние кризису, потребовало глубокого анализа всей социально-экономической системы, учитывая условия неопределённости и риска, выявления новых тенденций развития и прогнозирования результатов антикризисных мер в условиях хаоса и креативной энтропии¹ [1].

Агрессивная политика по всем направлениям, включая экономическое, социальное, политическое и культурное, представляла реальные угрозы для социально-экономического развития России. Был введён обширный перечень санкций против России со стороны Евросоюза, Великобритании, США и Швейцарии. Начиная с 2014 введено 3 пакета санкций, тем самым предполагалось ослабить Россию во всех направлениях и в последствии развалить на части, а с 2022 года после принятия решения о начале специальной военной операции принято ещё 12 санкционных пакетов. Защита национальных интересов РФ, народов ДНР, ЛНР и «*в связи со сложившейся обстановкой, на основании договоров о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи между РФ, ЛНР и ДНР*»² обусловили принятие решения об оказании помощи в отражении агрессии вооружённых сил и формирований Украины.

Однако, анализ санкционных воздействий недружественных стран на Россию даёт понимание того, что специальная военная операция была лишь вынужденной мерой защиты. На рис. 1 представлен атлас лишь первого пакета санкций 2014 года, но его содержание отражает всю суть агрессивной русофобской политики.

¹ Захарова, С. Г. Креативные взгляды на вызовы российскому бизнесу в условиях турбулентности мирового порядка / С. Г. Захарова, Л. П. Зенькова, К. А. Сараев // На страже экономики. – 2024. – № 1(28). – С. 75-88. – DOI 10.36511/2588-0071-2024-1-75-88. – EDN COXLAW.

² Обращение лидеров ДНР и ЛНР к Президенту России Путину В.В. от 22.02.2022, <https://www.rbc.ru/politics/23/02/2022/62169d7e9a79473544a34bdd>

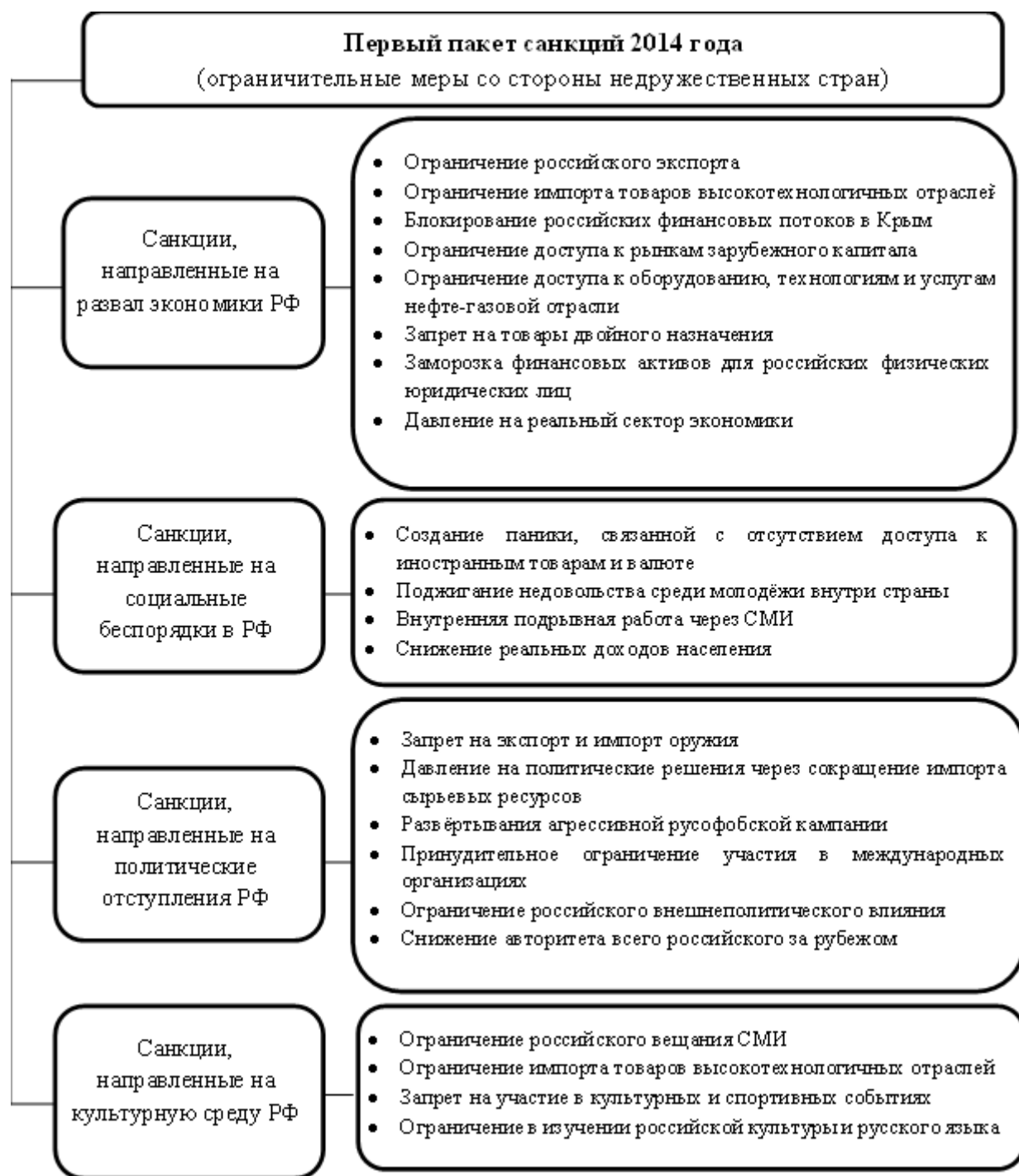


Рис. 1. Атлас первого пакета санкций против РФ

Авторы отмечают, что первый год санкционного воздействия, действительно, оказал угрожающее российской экономике, о чём свидетельствовал факт падения ВВП, снижение оборотов торговли, рост инфляции, снижение реальных доходов населения и многое другое³, но для России, эти условия стали стартом для развития.

Анализ показывает, что представленный на рис.1 перечень санкций против Российской Федерации, в последствии взят за основу для их углубления и расширения, воздействуя на все направления развития России.

Особенно остро встал вопрос поддержки военно-промышленного комплекса для своевременной и полноценной защиты суверенитета России и создания собственных высокотехнологичных отраслей экономики, возобновляя утраченные масштабы научных разработок и производства. В этом направлении правительством РФ были разработаны весьма креативные антикризисные меры, способные противостоять санкциям, не нарушая работоспособность предприятий страны.

Более подробно остановимся на одном из важнейших направлений развития, а именно поддержка IT-отрасли. На сегодняшний день развитие высокотехнологичных отраслей, особенно IT, определяет развитие практически всех отраслей экономики и, особенно важно для защиты национальных интересов страны, военно-промышленного комплекса. *«Поддержка IT-отрасли для государства является одной из ключевых задач, - отмечал президент России Владимир Путин, - и одним из ключевых направлений нашей работы»*⁴ [3].

С уходом с российского рынка западных компаний IT-отрасли, утягивающий вслед за собой высокопрофессиональных специалистов, Правительством РФ были предприняты меры по остановке «утечки мозгов», сохранению рабочих мест и удержанию специалистов в составе российских компаний⁵[4].

³ Бунеева, Р. И. Экономика России в условиях санкций: состояние и перспективы развития / Р. И. Бунеева, М. В. Бунеева, К. В. Анисимов // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 3(106). – С. 34-43. – DOI 10.21295/2223-5639-2024-3-34-43. – EDN ORBAKK.

⁴ Выступление президента России Владимира Путина на совещании с членами правительства и руководством партии «Единая Россия» <https://digital.gov.ru/ru/events/41265/>

⁵ Зенькова, Л. П. Креативные предложения по обеспечению экономической безопасности России и Беларуси с учетом миграционных процессов высококвалифицированных специалистов и научных работников / Л. П. Зенькова, С. Г. Захарова, С. Р. Назарова // На страже экономики. – 2023. – № 2(25). – С. 28-39. – DOI 10.36511/2588-0071-2023-2-28-39. – EDN GISQFH.

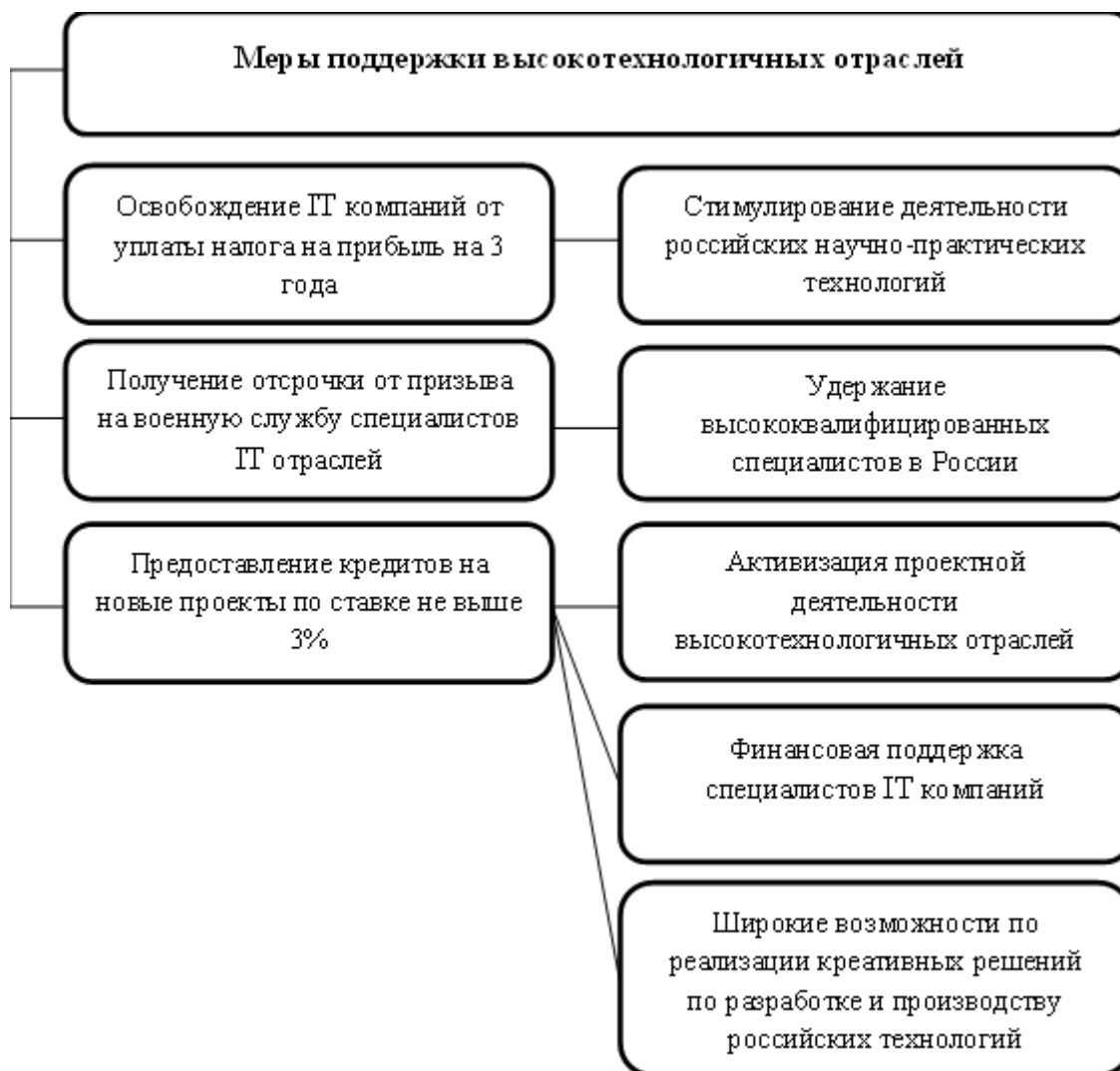


Рис. 2 – Поддержка IT - отраслей

В результате последовал запрет на предоставление российским лицам и предприятиям услуг в области IT-консалтинга, архитектурных, рекламных и инженерных сервисов, множества других высокотехнологичных услуг. а также Санкционные списки физических и юридических лиц, , связанных с разработкой и производством микроэлектроники и вычислительной техники, постоянно обновлялся. Однако, при некотором временном торможении, Россия справилась с задачей и смогла преодолеть весьма сложные вызовы времени.

Таким образом, несмотря на желание недружественных стран нарушить социально-экономическое развитие России, органы государственной власти, действуя слаженно и направленно, смогли предотвратить угрозы разрушения экономики. Высокий уровень поддержки со стороны государства, создаёт условия развития

современных технологий, создания машин и оборудования востребованного военно-промышленного комплекса, в том числе и для защиты собственных границ и интересов.

«Укрепление армии остается безусловным приоритетом России, - заявил президент Владимир Путин на встрече с выпускниками высших военных учебных заведений. - С учетом новых вызовов и, конечно, бесценного опыта проведения специальной военной операции продолжим всесторонне совершенствовать Вооруженные силы»⁶[4].

На рисунке 3 рассмотрены направления кратко представлен результат влияния введенных санкций на население России.

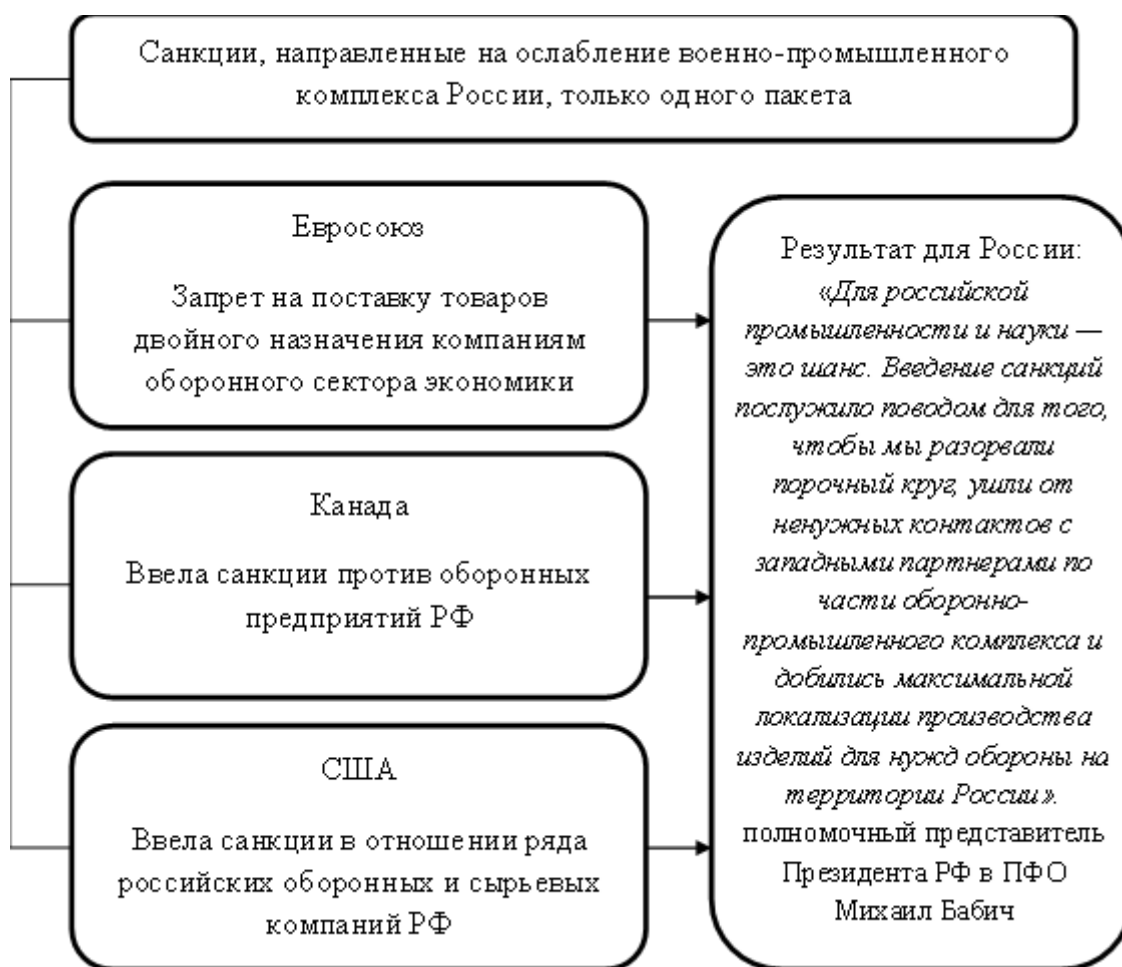


Рис. 3 – Санкции против ВПК РФ 2014 года

⁶ Выступление президента России Владимира Путина на встрече с выпускниками высших военных заведений <https://ria.ru/20230621/putin-1879562883.html>

Рисунок 3 наглядно показывает, что, несмотря на условия жёсткого санкционного давления на Россию, страна не ослабла, а наоборот наращивает свой потенциал. Курс на импортозамещение во всех отраслях экономики, меняет вектор направления развития, где основная задача сосредоточена на собственном производстве альтернативных узлов и деталей внутри страны. С этой целью создаются экономические и социальные условия для развития производственной сферы⁷ [6]. Постановлением Правительства от 15.04.2014 года №328 определены цели импортозамещения, включая формирование конкурентоспособного производства, создания высокотехнологичной техники и оборудования, развитие креативных индустрий⁸ [8], а также в соответствии с Постановлением Правительства от 18.02.2022 № 208 (в ред. от 31.03.2022) открываются широкие возможности получения грантов на создание отечественных аналогов комплектующих, которые ранее поставлялись исключительно из-за рубежа»⁹ [9].

Выводы. Защита интересов неделимой Великой России в условиях санкционного воздействия является неопровержимым доказательством сильного профессионального антикризисного управления. Огромное количество санкций, направленных на уничтожение экономики страны и негативное воздействие на структуру и настроения в обществе, делают нашу страну только сильнее, превращая угрозы в открывающиеся возможности.

Библиографический список

1. Захарова, С. Г. Креативные взгляды на вызовы российскому бизнесу в условиях турбулентности мирового порядка / С. Г. Захарова, Л. П. Зенькова, К. А. Сараев // На страже экономики. – 2024. – № 1(28). – С. 75-88. – DOI 10.36511/2588-0071-2024-1-75-88. – EDN COXLAW.
2. Обращение лидеров ДНР и ЛНР к Президенту России Путину В.В. от 22.02.2022, <https://www.rbc.ru/politics/23/02/2022/62169d7e9a79473544a34bdd>
3. Бунеева, Р. И. Экономика России в условиях санкций: состояние и перспективы развития / Р. И. Бунеева, М. В. Бунеева, К. В. Анисимов // Вестник

⁷ Грицук, Н. В. Импортозамещение как фактор стимулирования роста отечественного производства / Н. В. Грицук, А. С. Жигарев // Вектор экономики. – 2022. – № 5(71). – EDN ARVZIS.

⁸ Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 328 (ред. от 19.03.2024) "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности"

⁹ Постановление Правительства Российской Федерации от 18 февраля 2022 г. № 208 (в ред. от 31.03.2022) "О предоставлении субсидии из федерального бюджета автономной некоммерческой организации "Агентство по технологическому развитию" на поддержку проектов, предусматривающих разработку конструкторской документации на комплектующие изделия, необходимые для отраслей промышленности"

Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 3(106). – С. 34-43. – DOI 10.21295/2223-5639-2024-3-34-43. – EDN ORBAKK.

4. Выступление президента России Владимира Путина на совещании с членами правительства и руководством партии «Единая Россия» <https://digital.gov.ru/ru/events/41265/>

5. Зенькова, Л. П. Креативные предложения по обеспечению экономической безопасности России и Беларуси с учетом миграционных процессов высококвалифицированных специалистов и научных работников / Л. П. Зенькова, С. Г. Захарова, С. Р. Назарова // На страже экономики. – 2023. – № 2(25). – С. 28-39. – DOI 10.36511/2588-0071-2023-2-28-39. – EDN GISQFH.

6. Выступление президента России Владимира Путина на встрече с выпускниками высших военных заведений <https://ria.ru/20230621/putin-1879562883.html>

7. Грицук, Н. В. Импортозамещение как фактор стимулирования роста отечественного производства / Н. В. Грицук, А. С. Жигарев // Вектор экономики. – 2022. – № 5(71). – EDN ARVZIS.

8. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 328 (ред. от 19.03.2024) "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности"

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 февраля 2022 г. № 208 (в ред от 31.03.2022) "О предоставлении субсидии из федерального бюджета автономной некоммерческой организации "Агентство по технологическому развитию" на поддержку проектов, предусматривающих разработку конструкторской документации на комплектующие изделия, необходимые для отраслей промышленности"

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 33

Семенова О.Ю., Смирнова Н.Д. Разработка подхода к оценке инвестиционного проекта на предмет его реализуемости с использованием методики Варзунова А. В.

Development of an approach to evaluating an investment project for its feasibility using the Varzunov A.V. methodology.

Семенова Ольга Юрьевна,

ФГБОУ ВО Костромской государственной университет
к.э.н., доцент

Смирнова Наталья Дмитриевна,

ФГБОУ ВО Костромской государственной университет
к.э.н., доцент

Semenova Olga Yurievna,

Kostroma State University Ph.D.
in Economics, Associate Professor

Smirnova Natalia Dmitrievna,

Kostroma State University Ph.D.
in Economics, Associate Professor

***Аннотация.** При проведении технико-экономической экспертизы необходимо использовать обоснованные подходы для формирования компетентного мнения об эффективности и возможной реализации инвестиционного проекта [1]. Предлагаемый вариант использования методики Варзунова А. В., в основе которой положен процессный подход, на наш взгляд позволяет выявить наиболее проблемные моменты в реализации бизнес-плана и определить приоритетные направления исследования в вопросах бизнес-планирования.*

***Ключевые слова:** Процессный подход, бизнес-план, инвестиционный проект, технико-экономическая экспертиза, ранжирование*

***Abstract.** When conducting a feasibility study, it is necessary to use reasonable approaches to form a competent opinion on the effectiveness and possible implementation of the investment project. The proposed variant of using the Varzunov A.V. methodology, which is based on a process approach, in our opinion allows us to identify the most problematic moments in the implementation of a business plan and identify priority areas of research in business planning issues.*

***Keywords:** Process approach, business plan, investment project, technical and economic expertise, ranking*

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

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что программы государственной поддержки бизнеса предполагают экспертизу инвест-проектов с целью выбора наиболее эффективных, перспективных и действительно реализуемых.

С целью подтверждения правильности суждений эксперта при проведении оценки бизнес-плана на предмет его реализуемости может быть проведен анализ бизнес-процессов реализации инвестиционного проекта.

Объекты и методы исследования

Для того, чтобы выбрать наиболее значимые бизнес-процессы для реализации инвестиционного проекта, мы предлагаем использовать методику Варзунова А. В. [2]. Согласно данной методике необходимо выделить бизнес-процессы (далее – БП), которые осуществляются на этапе бизнес-планирования, описать, указать входы и выходы, обозначить ранг бизнес-процесса по значимости для достижения стратегической цели бизнес-планирования от 1 до 5, где 1 – наиболее значимый бизнес-процесс. Пример формирования данных бизнес-процессов представлен в таблице 1.

Разделим бизнес-процессы осуществляемые в рамках бизнес-планирования для реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия на четыре группы: основные, обеспечивающие бизнес-процессы, а также бизнес-процессы управления и развития [3]. Для осуществления анализа и оптимизации бизнес-процессов выбираем наиболее значимые из них.

Экспериментальная часть

Далее в целях выяснения степени важности бизнес-процессов определим критические факторы успеха организации (далее – КФУ) – наиболее важные для достижения стратегических целей бизнес-планирования [4].

В нашем примере мы определили в качестве КФУ наиболее важные стратегические цели для реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия такие, как:

1. Выбор территории реализации проекта (КФУ-1).
2. Достижение целевых показателей планирования (КФУ-2).
3. Надежность команды проекта (КФУ-3).
4. Ресурсообеспеченность реализации проекта (КФУ-4).
5. Обоснование ценовой политики предприятия (КФУ-5).

Далее составим матрицу сопоставления бизнес-процессов с ключевыми факторами успеха реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия в таблице 2.

Отметим какие КФУ поддерживаются определенными нами бизнес-процессами, на пересечении значений проставим отметку. Максимальная степень важности процесса в нашем примере может быть от 0 до 5.

Как видно по данным таблицы 2, наиболее важными бизнес-процессами по количеству КФУ для реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия являются БП-4 «Управление» (Наличие команды проекта, обладающей требуемыми для его реализации компетенциями) и БП-7 «Поставщики (покупатели)» (Обеспечение проекта объектами для обработки (налаживание входного потока материальных ценностей и получение запланированных финансовых результатов от реализации проекта)) [5].

Таблица 1

Бизнес-процессы инвестиционного проекта по созданию условного предприятия

Группа БП	Виды БП	Описание БП	Вход	Выход	Ранг бизнес-процесса
Основные БП	1. Формирование Бизнес-идеи (далее – БП-1)	Актуальность, оригинальность, востребованность, возможность реализации на выбранной территории	Проведение исследования рынка определенных технологий для обработки материалов в целях придания им дополнительных свойств	Подтверждение актуальности, оригинальности, востребованности и возможности реализации проекта на определенной территории	1
	2. Финансирование (далее – БП-2)	Структура собственных и заемных источников финансирования	Определение источников финансирования проекта	Формирование структуры источников финансирования проекта с разбивкой на собственные и заемные. Построение плана финансирования и определение критериев привлечения заемных источников финансирования	1

Группа БП	Виды БП	Описание БП	Вход	Выход	Ранг бизнес-процесса
	3. Технология (далее – БП-3)	Разработанность, возможность организации в рамках разработанного бизнес-проекта	Изучение технологии проекта	Проектирование структуры технологического процесса и определение этапов процесса производства продукции проекта (оказания услуги)	3
	4. Управление (далее – БП-4)	Наличие команды проекта, обладающей требуемыми для его реализации компетенциями	Осуществление планирования, организации и мониторинга ресурсов для реализации целей проекта при соблюдении установленных сроков планирования и с определенным бюджетом	Разработанный к реализации бизнес-план инвестиционного проекта по созданию условного предприятия	3
	5. Учет расходов на производство продукции (далее – БП-5)	Обоснованность издержек на производство продукции проекта, с учетом максимального количества влияющих на них факторов	Определение расходов на осуществление деятельности инициатора проекта	Бюджет доходов и расходов предприятия с обоснованием и документальным подтверждением перечисленных в нем позиций	2
Обеспечивающие БП	6. Капитальные вложения (далее – БП-6)	Реальность осуществления запланированных капитальных вложений, соблюдение графика поставок оборудования	Определение объема капитальных вложений на создание условного предприятия	План осуществления капитальных вложений с разбивкой на собственные и заемные источники финансирования. Проведение переговоров со строительными организациями и поставщиками оборудования. Составление смет и договоров-намерений.	2

Группа БП	Виды БП	Описание БП	Вход	Выход	Ранг бизнес-процесса
	7. Поставщики (покупатели) (далее – БП-7)	Обеспечение проекта объектами для обработки (налаживание входного потока материальных ценностей и получение запланированных финансовых результатов от реализации проекта)	Определение рыночной потребности в продукции проекта.	Обоснование плана продаж и реального достижения запланированных целевых показателей реализации проекта	2
	8. Кадры (далее – БП-8)	Обоснованность обеспеченности проекта работниками	Определение количества персонала, структуры штата и фонда оплаты труда.	План набора персонала. Штатное расписание. Определение профессиональных компетенций основных работников предприятия	3
БП развития	9. Совершенствование (развитие) технологии (далее – БП-9)	Подтверждение возможностей дальнейшего развития технологии в целях увеличения финансовых показателей деятельности предприятия	Анализ развития отрасли продукции проекта	План развития предприятия и анализ возможностей увеличения финансовых результатов деятельности предприятия	4
	10. Ценообразование (далее – БП-10)	Обоснованность цены на продукцию проекта, с учетом максимального количества влияющих на нее факторов Определение путей увеличения цены (расширения ассортимента обрабатываемых материальных ценностей и т. п.)			3

Таблица 2

Сопоставление бизнес-процессов с ключевыми факторами успеха реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия

Соотношение	КФУ-1	КФУ-2	КФУ-3	КФУ-4	КФУ-5	Важность (количество КФУ)
БП-1	+	+				2
БП-2		+		+		2
БП-3	+		+	+		3
БП-4		+	+	+	+	4
БП-5		+		+	+	3
БП-6		+		+		2
БП-7	+	+		+	+	4
БП-8			+	+		2
БП-9	+	+		+		3
БП-10		+			+	2

Затем проводится оценка степени проблемности бизнес-процессов. Выбранные бизнес-процессы оцениваются по 5-бальной шкале по соотношению их текущего состояния и оптимального для достижения стратегических целей бизнес-планирования.

Пример оценки проблемности бизнес-процессов реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия представлен в таблице 3.

Таблица 3

Оценка проблемности бизнес-процессов реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия

Перечень БП	Проблемы	Сила проблемы	Проблемность
БП-1	Подтверждение актуальности (востребованности) бизнес-идеи	2	2,5
	Оригинальность бизнес-идеи (обоснование преимуществ перед конкурентами)	3	
БП-2	Выбор источников финансирования	5	5
	Определение направления расходования средств по источникам финансирования	5	
БП-3	Отсутствие документального подтверждения результатов применения технологии	1	1

Перечень БП	Проблемы	Сила проблемы	Проблемность
БП-4	Сомнительный практический опыт участников команды проекта	4	4,5
	Отсутствие подтверждения компетенций для реализации проекта	5	
БП-5	Отсутствие документального подтверждения формирования издержек и формирования себестоимости на продукцию проекта	3	1,75
	Отсутствие описания центров материальной ответственности	0,5	
БП-6	Отсутствие документального подтверждения стоимости капитальных вложений	4	4,5
	Отсутствие подтверждения возможности осуществления строительства объектов в установленные сроки. Отсутствие документального подтверждения договорных отношений с поставщиками оборудования	5	
БП-7	Отсутствие обоснованности объемов материальных ценностей, поставляемых для обработки. Отсутствие документального подтверждения объемов материальных ценностей, поставляемых для обработки (следовательно определение планового объема выручки предприятия)	5	5
	Недостоверные данные о возможных контрагентах	5	
БП-8	Нет расшифровки требований к основным работникам по выпуску продукции проекта	3	3
	Нет обоснования плана набора персонала предприятия	3	
БП-9	Нет определения дальнейших путей развития проекта после достижения целевых показателей	0,5	0,5

Перечень БП	Проблемы	Сила проблемы	Проблемность
БП-10	Отсутствие документального подтверждения определения цены на продукцию проекта	4	4
	Отсутствие документального подтверждения практического применения указанной в проекте цены (по аналогичным предприятиям) с обоснованием указанного в проекте финансового результата	4	

Как видно по данным таблицы 3, наиболее проблемными бизнес-процессами реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия являются:

1. БП-4 «Управление» (Наличие команды проекта, обладающей требуемыми для его реализации компетенциями).

2. БП-6 «Капитальные вложения» (Реальность осуществления запланированных капитальных вложений, соблюдение графика поставок оборудования).

3. БП-2 «Финансирование» (Структура собственных и заемных источников финансирования).

4. БП-7 «Поставщики (покупатели)» (Обеспечение проекта объектами для обработки (налаживание входного потока материальных ценностей и получение запланированных финансовых результатов от реализации проекта)).

Далее для выявления категории приоритета бизнес-процесса в целью его оптимизации строится матрица ранжирования [6]. Процессы размещаются в ячейках матрицы в зависимости от степени их важности (КФУ) и имеющейся проблемности для реализации.

Таким образом попавшие в зеленую зону бизнес-процессы имеют приемлемое состояние и на них можно не акцентировать внимание в текущем периоде, а вот бизнес-процессы, попавшие в красную зону, особенно в верхний правый угол, имеют высокий приоритет для улучшения, и оно должно быть выполнено в первую очередь (рисунок 1).

Важность процесса (кол-во КФУ)	5					
	4					БП-4 БП-7
	3	БП-9 БП-3	БП-5			
	2		БП-1	БП-8	БП-10	БП-2 БП-6
	1					
		1	2	3	4	5
Проблемность						

Рисунок 1 - Матрица ранжирования бизнес-процессов реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия

В нашем примере в красную зону попали (рисунок 1):

1. БП-4 «Управление» (Наличие команды проекта, обладающей требуемыми для его реализации компетенциями).
2. БП-7 «Поставщики (покупатели)» (Обеспечение проекта объектами для обработки (налаживание входного потока материальных ценностей и получение запланированных финансовых результатов от реализации проекта)).
3. БП-2 «Финансирование» (Структура собственных и заемных источников финансирования).
4. БП-6 «Капитальные вложения» (Реальность осуществления запланированных капитальных вложений, соблюдение графика поставок оборудования).

Далее нужно оценить возможность проведения изменений в реализации бизнес-процессов, то есть определить целесообразность внесения изменений и стоимость их осуществления. Для совершенствования мы выбрали бизнес-процессы, попавшие в красную зону матрицы ранжирования, такие как: БП-4, БП-7, БП-2 и БП-6.

Чтобы оценить степень возможности проведения изменений в бизнес-процессах нужно выбрать барьеры, которые мешают проведению изменений, например, такие, как в нашем примере: «Предварительный анализ», «План», «Организация (управленческие решения)». Оценка силы барьера проводится по шкале от одного до пяти, где единица – наименее сильный барьер.

Пример представления результатов расчетов отображен в таблице 4.

Данные таблицы 4 свидетельствуют о том, что исследуемые нами бизнес-процессы имеют разную силу по группе барьеров.

Результаты

В завершении анализа добавив в таблицу ранжирования определенную нами степень возможности проведения изменений в бизнес-процессах определим какие из них являются самыми важными, самыми проблемными и обладающие высокой степенью возможности проведения изменений (таблица 5).

Таблица 5

Таблица ранжирования бизнес-процессов реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия

Описание бизнес-процесса	Бизнес-процессы	Важность	Проблемность	Возможность проведения изменений (1-5)	Приоритетность = Важность+ Проблемность+ Возможность
		(1-5)	(1-5)		
Структура собственных и заемных источников финансирования	БП-2	2	5	4,00	11,00
Реальность осуществления запланированных капитальных вложений, соблюдение графика поставок оборудования	БП-6	2	4,5	10,00	16,50
Наличие команды проекта, обладающей требуемыми для его реализации компетенциями	БП-4	4	5	2,50	11,50
Обеспечение проекта объектами для обработки (налаживание входного потока материальных ценностей и получение запланированных финансовых результатов от реализации проекта)	БП-7	4	4,5	3,33	11,83

По данным таблицы 5 можно увидеть, что наибольшим приоритетом для проведения изменений является БП-6 (Реальность осуществления запланированных капитальных вложений, соблюдение графика поставок оборудования). Второе место разделяют БП-7 «Обеспечение проекта объектами для обработки» и БП-4 «Наличие команды проекта, обладающей требуемыми для его реализации компетенциями» и БП-2 (Структура собственных и заемных источников финансирования).

Выводы

По методике Варзунова А. В. мы проанализировали бизнес-процессы реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия для того, чтобы выбрать наиболее приоритетные из них для последующего совершенствования. Нами был выбран БП-6 «Реальность осуществления запланированных капитальных вложений, соблюдение графика поставок оборудования» так как он является одним из самых важных процессов, проблемным, влияет практически на все КФУ, в матрице ранжирования находится в красной зоне и в целом наиболее приоритетный для возможности проведения изменений процессом, без него невозможно осуществления проекта в принципе.

Остальные процессы, несмотря на их второстепенную значимость не менее важны для реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия. Полученная выборка процессов может подтвердить выводы эксперта по анализу инвестиционного проекта по созданию условного предприятия на предмет оценки его реализуемости на конкретной территории.

Библиографический список

1. Совместные программы федерального Фонда развития промышленности и Фонда развития промышленности Костромской области // Фонд развития промышленности Костромской области : официальный сайт. – Кострома – URL : <https://frp44.ru/zaymu/> (дата обращения: 17.06.2024).
2. Методы реинжиниринга бизнес-процессов предприятия в условиях цифровизации // Современные технологии управления. ISSN 2226-9339. — №4 (93/1). Номер статьи: 93104. Дата публикации: 30.12.2020. Режим доступа: <https://sovman.ru/article/93104/> (дата обращения: 17.06.2024).
3. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 534 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16695-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544948> (дата обращения: 17.06.2024).
4. Бурцев Д.С., Гаврилюк Е.С., Изотова А.Г., Литвинова Н.А., Реинжиниринг производственных процессов– СПб: Университет ИТМО, 2021. – 50 с. — URL: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/2710.pdf> (дата обращения: 17.06.2024).
5. Инвестиционное проектирование : учебное пособие / Н.Р. Кельчевская, И.С. Пельмская, Л.М. Макаров ; [под общ. ред. Н. Р. Кельчевской] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет.—Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020.— 140 с. : ил.— Библиогр.: с. 114.— 100 экз.— ISBN 978-5-7996-3022-5. — Текст : непосредственный. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/88683/1/978-5-7996-3022-5_2020.pdf (дата обращения: 17.06.2024).
6. Куфтырева Наталья Александровна Методика экономического обоснования выбора бизнес-процесса для целей оптимизации // РППЭ. 2019. №2 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-ekonomicheskogo-obosnovaniya-vybora-biznes-protsesta-dlya-tseley-optimizatsii> (дата обращения: 17.06.2024).

Таблица 4

Оценка степени возможности проведения изменений в бизнес-процессах реализации инвестиционного проекта по созданию условного предприятия

	Группа барьеров	Предварительный анализ		План		Организация (управленческие решения)	
ББ П-2	Структура собственных и заемных источников финансирования	не определены инвесторы	не определены альтернативные источники финансирования	нет плана инвестиций в разрезе источников	не определена структура капитальных вложений в разрезе источников финансирования	оценить профессиональный опыт руководителя проекта	доработать бизнес-план
сила барьера		5	4	4	4	4	3
средняя сила по группе барьера		4,5		4		3,5	
средняя сила барьеров по БП		4,00					
ББ П-6	Реальность осуществления запланированных капитальных вложений, соблюдение графика поставок оборудования	нет подтверждения результатов в анализе связей со строительными организациями	нет подтверждения результатов анализа связей с поставщиками и оборудованием	нет сметы на строительство объекта, договоров со строительными организациями	нет договоров о покупке оборудования	провести переговоры с потенциальными поставщиками оборудования и строительными организациями, заключить договоры намерения	доработать бизнес-план
сила барьера		4	4	4	42	3	3
средняя сила по группе барьера		4		23		3	
средняя сила барьеров по БП		10,00					
ББ П-4	Наличие команды проекта, обладающей требуемыми для его реализации компетенциями	не проведен анализ возможности привлечения персонала в проект	не проведен анализ эффективности управления представленной командой	не представлен план приема сотрудников на работу	не подтверждены soft-компетенции команды проекта	оценить практический опыт реализации аналогичных проектов у представителей команды проекта	доработать бизнес-план
сила барьера		2	3	2	3	2	3
средняя сила по группе барьера		2,5		2,5		2,5	
средняя сила барьеров по БП		2,50					

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>

	Группа барьеров	Предварительный анализ		План		Организация (управленческие решения)	
ББ П-7	Обеспечение проекта объектами для обработки (налаживание входного потока материальных ценностей и получение запланированных финансовых результатов от реализации проекта)	недостовверные данные о поставщиках (покупателях)	нет подтверждения рынка сбыта продукции проекта. Не дана полноценная оценка конкурентам (***)	не все данные, представленные в бизнес-плане актуальны	нет практического подтверждения достижения целевых показателей	провести подробное исследования возможности реального объема обработки материальных ценностей с целью определения возможности достижения целевых показателей деятельности предприятия	доработать бизнес-план
	сила барьера	4	3	4	4	2	3
	средняя сила по группе барьера	3,5		4		2,5	
	средняя сила барьеров по БП	3,33					

УДК 33

Хоменко В.А. Отечественный и зарубежный опыт формирования системы управления в сфере предпринимательства

Domestic and foreign experience in developing a management system in the field of entrepreneurship

Хоменко Владимир Александрович

аспирант 2-го года обучения

ОЧУВО Московский инновационный университет

Научный руководитель: **Шагалова Татьяна Владимировна**

к.э.н., доцент, доцент ОЧУВО Московский инновационный университет
Москва

Khomenko Vladimir Alexandrovich

2nd year graduate student

OCHUVO Moscow Innovation University

Scientific supervisor: Shagalova Tatyana Vladimirovna Ph.D., Associate Professor, Associate Professor OCHUVO Moscow Innovation University
Moscow

***Аннотация.** В статье рассмотрены конкретные примеры опыта формирования системы управления в отечественных и зарубежных компаниях, их успешное управление. Выявлены процессы и принципы, способствующие повышению эффективности работы компаний. Определены мировые тренды административного управления и управления бизнес-процессами, которые будут способствовать устойчивому экономическому росту и улучшению конкурентоспособности: улучшение профобразования, поддержка научно-технического прогресса, модернизация производственных мощностей.*

***Ключевые слова:** Системы управления, структура управления, производительность труда, методы и принципы процессного управления, бережливое производство, Сбербанк, РЖД, Газпром, Kaspersky Lab, Lean, Six Sigma, General Electric, Rolls-Royce, Amazon, Toyota.*

***Abstract.** The article discusses specific examples of experience in the formation of management systems in domestic and foreign companies, their successful management. Processes and principles are identified that help improve the efficiency of companies. Global trends in administrative management and business process management have been identified that will contribute to sustainable economic growth and improved competitiveness: improving vocational education, supporting scientific and technological progress, modernizing production facilities.*

***Keywords:** Management systems, management structure, labor productivity, methods and principles of process management, lean production, Sberbank, Russian Railways, Gazprom, Kaspersky Lab, Lean, Six Sigma, General Electric, Rolls-Royce, Amazon, Toyota.*

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

В условиях огромного количества санкций перед российскими предприятиями встала проблема разработки стратегии развития хозяйствующих субъектов. [2] Для того, чтобы разработать данную стратегию развития, предприятиям необходимо разработать эффективную систему управления, которая бы отвечала потребностям персонала предприятий и государства.

Повышение производительности труда на каждом рабочем месте – это первая задача эффективного управления. Меры по стимулированию персонала к выполнению качественно и в срок своих трудовых обязанностей являются второй задачей, которая стоит перед руководством организации.[1]

Для повышения производительности труда в России внедряются методы процессного управления в рамках нацпроекта «Производительность труда» [3]. В основе этих подходов лежат принципы Lean и совершенствования бизнес-процессов. Проект, начатый в 2018 году, направлен на рост конкурентоспособности российской экономики и увеличение эффективности труда.

Для достижения целей проекта предусмотрен ряд мероприятий: улучшение профобразования, поддержка научно-технического прогресса, модернизация производственных мощностей. Реализация проекта создаст условия для существенных перемен в экономике РФ, которые будут способствовать устойчивому экономическому росту и улучшению конкурентоспособности.

На начало 2024 года в проекте приняли участие примерно 5000 компаний из 86 регионов России. Это позволило определить лидеров рейтинга, который ежегодно проводится в рамках проекта.

Рассмотрим, как введение принципов процессного управления и бережливого производства отразилось на результатах работы крупных российских компаний.

Так в деятельности «Газпрома», уже более 20 лет применяются процессы управления, способствующие оптимизации деятельности компании. Разработанный в Газпроме целевой подход к управлению охватывает процесс разработки и внедрения системы управления с целью достижения целей компании. Газпром постоянно анализирует и оптимизирует бизнес-процессы, старается улучшить качество услуг, уменьшает издержки на обслуживание и повышает эффективность работы.

Компания продолжает развивать системы управления процессами и внедрять передовые технологии и информационные системы: автоматизацию, интеграцию процессов, единую информационную платформу, а также, для регулирования и совершенствования процессов, применяет аналитические инструменты.

В АО Лукойл была внедрена система управления бизнес-процессами BPMS, которая помогает моделировать, оптимизировать и контролировать процессы компании. Эта система позволила повысить операционную прозрачность,

производительность и качество услуг. Были выработаны правила и процедуры выполнения бизнес-процессов, определяющие требования и последовательность их выполнения, которые обеспечили единый подход к системе управления. Благодаря этому компания обучает и развивает персонал в области управления процессами, а также проводит тренинги и обучающие программы. Это помогает создать культуру бережливого производства, которая основана на постоянном улучшении и инновациях.

Еще один пример успешной реализации эффективной системы управления – Сбербанк. Управление бизнес-процессами банка осуществляется с помощью разработанной методики, которая включает в себя оптимизацию, контроль и моделирование. Для оптимизации, контроля и моделирования бизнес-процессов банк создал собственный Центр управления процессами. Эффективность работы банка повышается за счет внедрения прогрессивных инноваций и цифровых технологий.

Одной из самых крупных и влиятельных транспортных компаний России является РЖД. В ней была проведена реструктуризация структуры управления, внедрены собственные правила и стандарты бизнес-процессов для улучшения качества предоставляемых услуг и повышения операционной эффективности.

В России существует множество IT-компаний, занимающихся внедрением и развитием процессного управления. Например, компания Яндекс активно внедряет эффективные системы управления. Для повышения эффективности своих операций, компания оптимизирует бизнес-процессы и внедряет автоматизацию. Для управления проектами и процессами разработки программного обеспечения в Яндексе применяются современные технологии Lean и Agile. В компании используются новейшие цифровые продукты, которые имеют непосредственное влияние на ее конкурентные преимущества.

Kaspersky Lab, лидер в сфере кибербезопасности, также активно внедряет систему процессного управления. Методология ITIL, используемая для разработки и внедрения новых технологий, является основной методологией управления IT-процессами в этой компании.

Бизнес-лидеры знают, что совершенствование процессов управления снижает затраты и повышает удовлетворенность клиентов. Передовые предприятия внедряют такие инструменты, как RPA и моделирование процессов, чтобы обнаружить дефекты и проблемы, изменить к лучшему свои бизнес-процессы, автоматизировать их.

Решения по улучшению системы управления предприятием представлены на рис.

1.



Рис. 1 – Типы решений, улучшения системы управления предприятием (составлен автором)

Принятие решений по повышению эффективности деятельности компаний помогает им выявлять уязвимые места и разрабатывать планы для их устранения.

Наиболее распространенными результатами компаний, использующих методологии улучшения процессов, являются следующие:

1. Повышение эффективности. Большинство предприятий повышают эффективность своих процессов за счет адаптации методологий улучшения процессов. После определения своих проблем компании устраняют ненужные этапы процессов, снижают их затраты и сокращают время обработки. В результате они обеспечивают ускорение процессов и более высокое качество продукции при меньших затратах ресурсов.

2. Повышение удовлетворенности клиентов. Повышение качества продукции и ускорение процессов также могут отразиться на удовлетворенности клиентов. Решения по улучшению процессов помогают предприятиям сократить время ожидания и сосредоточиться на ценности для клиентов.

3. Гармонизация различных команд/процессов. Для крупных компаний одновременное управление различными процессами может быть большой проблемой. Команды должны быть проинформированы о том, что делают другие, а процессы должны работать синхронно, чтобы избежать проблем. С решениями по улучшению процессов предприятия могут иметь полное представление обо всех своих компаниях и успешно согласовывать различные процессы.

В сфере непрерывного совершенствования известны своими способностями повышать эффективность, сокращать отходы и повышать общую производительность две методологии – бережливое производство (Lean-менеджмент) и Шесть Сигм (Six Sigma). [5]

Бережливое производство фокусируется на минимизации отходов и максимизации эффективности за счет выявления и устранения действий, не создающих добавленной стоимости. Это включает оптимизацию процессов, уменьшение дефектов, повышение качества и ресурсов для получения большей ценности с меньшими усилиями.

Основа бережливого производства заключается в создании ценности для клиента. Этот принцип требует, чтобы компании определяли и понимали, что действительно ценят клиенты, и обеспечивали соответствие своих продуктов или услуг этим потребностям. Такой клиентоориентированный подход не только повышает удовлетворенность клиентов, но и устраняет ненужные траты, сосредоточившись на самом важном.

Опрос, проведенный компанией «Делойт», показал, что 77% производителей считают, что сосредоточение внимания на том, чего хотят клиенты, имеет решающее значение для успешного бизнеса. Компании, которые уделяют приоритетное внимание потребительской ценности, в среднем повышают удовлетворенность клиентов на 12%, что приводит к более высокому уровню удержания персонала.

Бережливое производство уходит своими корнями в производственную систему Toyota (TPS), разработанную Toyota в Японии после Второй мировой войны. Toyota столкнулась со значительными проблемами, включая ограниченность ресурсов и необходимость эффективного производства. Эти трудности привели к внедрению принципов бережливого производства. Данная методология строится вокруг пяти фундаментальных принципов (рис.2).

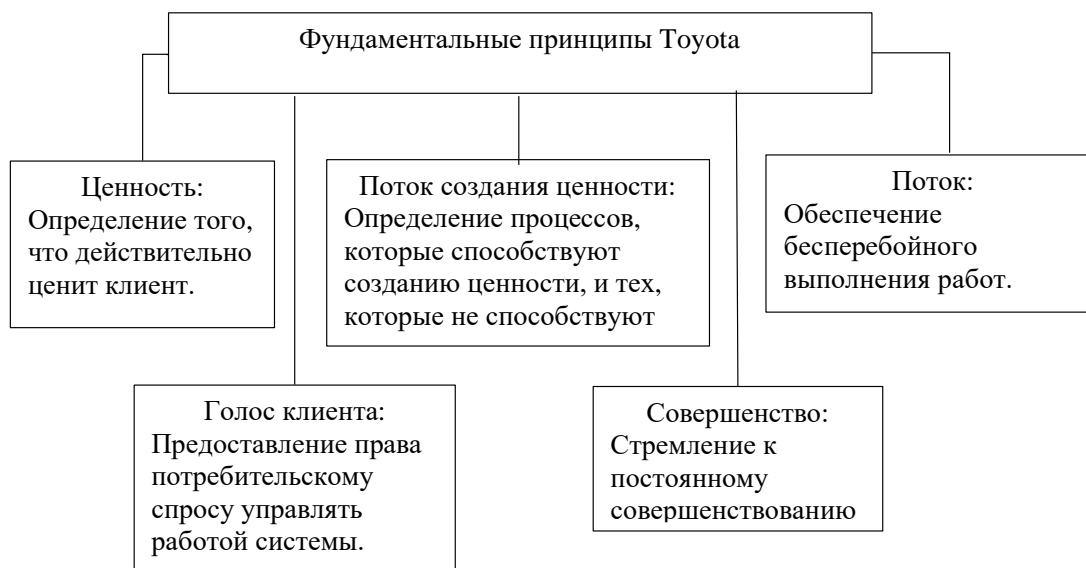


Рис. 2 – Фундаментальные принципы Toyota (составлено автором)

Основными принципами являются ценность, поток создания ценности, поступательное движение и совершенство.

1. Ценность для клиента. Проведение маркетинговых исследований для понимания предпочтений клиентов и внедрение циклов обратной связи для постоянного улучшения продуктов или услуг на основе отзывов клиентов.

2. Отображение потока создания ценности. Картирование потока создания ценности – это визуальное представление сквозного процесса, обеспечивающего производство продукта или услуги. Он направлен на выявление и устранение отходов путем предоставления четкого обзора всего процесса, включая поток материалов, информации и действий. Этот принцип позволяет компаниям выявлять узкие места и области для улучшения.

Amazon использует отображение потока создания ценности для оптимизации процесса выполнения заказов, сокращения времени выполнения заказа и улучшения управления запасами. Компании, внедряющие картирование потока создания ценности, в среднем сокращают время выполнения заказа на 30-60%. Исследование Aberdeen Group показало, что 60% лучших в своем классе организаций используют картирование потока создания ценности для улучшения процессов.

3. Поток. Принцип «потока» в бережливом производстве подчеркивает важность непрерывного выполнения работ в течение производственного процесса без перерывов. Это означает сокращение задержек и обеспечение бесперебойного перехода работы с одного этапа на другой.

Компания Honda внедрила поточное производство на своих сборочных линиях, что привело к гораздо более коротким производственным циклам и более эффективному использованию ресурсов. Бережливые организации, внедряющие принципы потока, сообщают о сокращении времени выполнения заказа до 50%. Принципы потока могут привести к сокращению операционных затрат на 25-50%.

4. Система вытягивания. Система Pull, в отличие от традиционных систем Push, производит товары на основе фактического спроса клиентов. Она сводит к минимуму перепроизводство, сокращает избыточные запасы и гарантирует, что ресурсы распределяются там, где они необходимы. Например, в Dell собирают компьютеры только после размещения заказов, минимизируя затраты на складские запасы и реагируя непосредственно на спрос клиентов.

Система Pull позволяет снизить затраты на складские запасы на 50% и более. Компании, внедряющие системы Pull, сообщают о сокращении продолжительности производственного цикла до 25%.

5. Совершенство. «Совершенство» в бережливом производстве – это не недостижимая цель, а стремление к постоянному совершенствованию. Это предполагает создание культуры, в которой все сотрудники вовлечены в выявление и решение проблем для постепенного улучшения с течением времени.

Toyota вовлекает всех сотрудников в выявление и решение проблем в режиме реального времени, что обеспечивает более высокое качество и эффективность. Компании, придерживающиеся культуры совершенства, сообщают об улучшении общей операционной эффективности на 15-30%. Практика непрерывного совершенствования может привести к снижению затрат на 10-20%.

Эти пять принципов составляют основу бережливого производства и жизненно важны для достижения операционного совершенства. Понимая, применяя и постоянно совершенствуя эти принципы, организации могут сократить количество отходов, повысить качество продукции и эффективно удовлетворять запросы клиентов.

Для внедрения Lean-менеджмента существуют различные концепции и методики, такие как Кайдзен, Канбан, KPI, Рока Yoke, SMART и 5S. [5] 5S – это инструмент бережливого производства для организаций на рабочих местах, который расшифровывается как «Сортировать», «Навести порядок», «Сиять», «Стандартизировать» и «Поддерживать». Такой подход очень эффективен для предприятий, которые стремятся минимизировать отходы и добиться более эффективной и упорядоченной работы.

Методы бережливого производства включают составление карт потока создания ценности, которые направлены на оптимизацию процессов и сокращение отходов.

За счет сокращения отходов и оптимизации процессов бережливое производство часто косвенно повышает качество продукции или услуг, что приводит к повышению удовлетворенности клиентов.

Принципы бережливого производства вышли за пределы Toyota и производственного сектора, найдя применение в различных отраслях промышленности по всему миру. Сегодня более 70% производителей по всему миру считают бережливое производство стратегическим приоритетом.

Six Sigma – это методология, основанная на данных, разработанная для минимизации дефектов и вариаций процессов и является статистическим показателем того, насколько процесс отклоняется от совершенства. Частота отказов процесса, работающего по технологии Six Sigma, составляет всего 0,00034%, что означает, что он практически не приводит к появлению дефектов. Six Sigma была разработана Motorola в 1980-х годах, и с тех пор она была принята на вооружение многими другими компаниями по всему миру.

В Six Sigma используется структурированный подход к решению проблем, известный как DMAIC. DMAIC – это аббревиатура от Define, Measure, Analyze, Improve и Control. Это структурированный подход к решению проблем, используемый в проектах Six Sigma.

Six Sigma использует статистические инструменты, такие как контрольные диаграммы и анализ технологических возможностей, для измерения и повышения качества процессов и продукции.

Эта методология, в основном, приносит пользу предприятиям, стремящимся повысить качество продукции и сократить количество дефектов.

Сравним преимущества Six Sigma и бережливого производства (табл.1).

Таблица 1

Результаты сравнения бережливого производства и Six Sigma

Наименование	Бережливое производство	Six Sigma
Какие проблемы решает?	Фокусируется на повышении эффективности, сокращении отходов и оптимизации процессов.	Концентрируется на повышении качества, минимизации дефектов и обеспечении согласованности процессов.
Используемый рабочий инструментарий	Использует инструменты 5S, Kanban и картирования потока создания ценности.	Использует процесс решения проблем DMAIC.
Для каких направлений деятельности	Идеально подходит для организаций, стремящихся к эффективности процессов и сокращению отходов.	Лучше всего подходит для предприятий, стремящихся повысить качество продукции или услуг и сократить количество дефектов.
Метрики контроля внедрения	Использует такие инструменты, как 5 Whys, Andon и Gemba.	Использует статистические инструменты, такие как контрольные диаграммы и регрессионный анализ.
Результаты от внедрения	Часто приводит к более быстрому повышению эффективности процессов.	Более высокая точность и качества.

Выбор между бережливым производством и Six Sigma зависит от конкретных целей и требований организации. Если нужно повысить общую эффективность, сократить количество отходов и оптимизировать процессы, то следует выбрать бережливое производство. Если основной целью является повышение качества продукции или услуг, сокращение дефектов и обеспечение согласованности, нужно использовать Six Sigma.

Важно отметить, что многие успешные организации используют элементы Lean и Six Sigma, чтобы воспользоваться преимуществами обеих методологий. Lean фокусируется на сокращении отходов и повышении эффективности процессов, в то время как Six Sigma делает упор на принятии решений на основе данных и контроле качества. Эта комбинация, часто называемая Lean Six Sigma, предлагает комплексный подход к постоянному совершенствованию. Этот гибридный подход сочетает скорость и эффективность бережливого производства с точностью и качеством, присущими Six Sigma. Такая синергия позволяет организациям достигать совершенства по нескольким направлениям:

1. Повышение эффективности. Принципы бережливого производства ускоряют совершенствование процессов и устраняют узкие места, что приводит к более быстрым результатам.
2. Повышение качества. Строгие методы статистического анализа и контроля Six Sigma обеспечивают стабильные и высококачественные результаты.
3. Сокращение отходов. Сочетание бережливого производства и Six Sigma сокращает производственные потери, а также дефекты и ошибки в процессах.
4. Экономия средств.: Оптимизация процессов и повышение качества напрямую способствуют снижению затрат.

Акцент Six Sigma на сокращении вариативности технологических процессов хорошо согласуется с целью Lean по минимизации отходов. За счет сокращения вариативности процессы становятся более предсказуемыми и эффективными. Сочетание этих методологий гарантирует, что потребности и ожидания клиентов будут на переднем крае усилий по совершенствованию.

Lean Six Sigma продвигает культуру непрерывного совершенствования и дает сотрудникам возможность выявлять и решать проблемы в своих рабочих процессах. Такое взаимодействие ведет к созданию более мотивированной и продуктивной рабочей силы. Подход Lean Six Sigma может применяться в различных отраслях промышленности, что делает его привлекательным выбором для организаций, ищущих всестороннюю методологию непрерывного совершенствования. [6]

Также следует отметить систему административного управления Administrative Management System (AMS), которая используется в практике руководства крупными,

средними и малыми компаниями на Западе и в Азии. Среди таких компаний – Bmw, Toyota, Volkswagen, Coca-Cola, Honda, Mcdonald's, Samsung, Ford, Sony и другие.

Именно эта система считается основополагающей в системе управления. Она способствует повышению эффективности, упрощению процесса управления, росту конкурентоспособности, что в свою очередь ведет к увеличению их эффективности и прибыльности.

Система административного менеджмента возникла в начале в 20-го века в Соединенных штатах. [4] Административный менеджмент там быстро развивался и набирал обороты. На основе этой системы управления были созданы компании, которые смогли значительно повысить свою производительность труда и конкурентоспособность, а также завоевали основные доли рынка. Экономика США была поднята на новый уровень именно благодаря внедрению системы административного управления компаниями. Затем административный менеджмент начали внедрять в Великобритании. Для того, чтобы повысить конкурентоспособность предприятий и экономики в целом, там открыли «Британский институт управления», а также начали популяризировать систему административного управления, которая способствовала повышению эффективности предприятий. Такая система была введена не только в Великобритании, но и в странах Западной Европы. Благодаря этому значительно выросла экономика западно-европейских стран.

Принимая во внимание значительный эффект, который был получен в результате использования данной системы управления, азиатские страны также начали её внедрять. В итоге случился феномен, который называли азиатским экономическим чудом.

Крупные компании в машиностроении и промышленности в основном используют административный менеджмент. Toyota усовершенствовала этот подход и разработала систему управления производством. Именно это стало причиной того, что в результате удалось создать высококачественные товары и услуги с максимально вероятной продуктивностью, но при этом с минимальной стоимостью. Благодаря этой системе управления стало возможным эффективное развитие и достижение целей с минимальными затратами.

Таким образом, масштабное развитие системы административного управления оказало огромное влияние на всю систему мировой экономики.

При изучении опыта зарубежных компаний по управлению стоит обратить внимание на модели, разработанные в США и Японии, так как они являются наиболее эффективными [2]. К наиболее успешным и известным мировым практикам эффективного управления можно отнести опыт компании «Toyota», которая является одним из лидеров в этой сфере. В компании используется система Toyota Production

System (TPS), которая является результатом многолетнего опыта и постоянной модернизации. Философия Lean (бережливого производства) – основа стратегии эффективного использования ресурсов. Компания уделяет особое внимание управлению жизненным циклом продукта, стремясь минимизировать время разработки и обслуживания, а также повысить качество и надежность.

Наиболее важной составляющей TPS является принцип постоянного совершенствования, известный как «Kaizen». Ключевым направлением деятельности компании является вовлечение персонала в поиск и внедрение улучшений, которые касаются всех уровней управления. На данный момент для реализации системы Just-InTime применяется система Kanban, которая обеспечивает визуальное управление процессами и потоком материалов. Toyota показала, что при использовании принципов эффективности и качества можно достичь значительных результатов. Многие компании применяют методы и принципы Toyota для повышения своей конкурентоспособности и производительности.

Компания Amazon, которая считается одним из крупнейших интернет-ритейлеров, активно внедряет принципы постоянного совершенствования для улучшения бизнес-процессов и повышения качества обслуживания клиентов.

Наиболее важные аспекты опыта компании Amazon в области процессного управления заключаются том, что Amazon:

1. Активно внедряет в свою деятельность все виды автоматизации и современные технологии для совершенствования бизнес-процессов.
2. Осуществляет активное стимулирование инноваций и экспериментальных подходов к управлению процессами, придерживаясь принципа «Day 1» – каждый день как первый день создания компании.
3. Использует метрики и аналитические инструменты для контроля и оценки эффективности своих бизнес-процессов.
4. Стремится к тому, чтобы клиентская ориентация была в центре его подходов к управлению процессами.
5. Обеспечивает широкие операционные возможности и гибкость, применяя методы Agile.

Опыт компании Amazon показывает важность клиентской ориентации, инноваций и автоматизации при управлении компанией. Чтобы оставаться на лидирующих позициях и предоставлять клиентам высококачественные услуги, компания совершенствует свои методы и подходы.

Для оптимизации производства и повышения качества продукции многие компании в области двигателестроения используют процессное управление. Методологии подбираются с учетом потребностей и требований компании.

Компания Rolls-Royce, производитель двигателей для авиации и промышленности, применяет технологию Lean Six Sigma в процессе производства, которая позволяет уменьшить потери, повысить качество и оптимизировать производство с помощью инструментов Lean Six Sigma.

Другой мировой лидер в области авиадвигателей и энергетики, компания General Electric (GE), внедрила технологию управления процессами GE Work-Out. Она включает в себя участие всех сотрудников в поиске проблем и их решения. Для оптимизации работы GE также применяет Lean Six Sigma.

Учитывая факт, отставания России и ее предприятий от передовых экономик мира и их наиболее эффективных компаний возникает необходимость во внедрении вышеперечисленных мировых трендов административного управления и управления бизнес-процессами, на российских предприятиях с целью достижения наилучших результатов. Российские компании имеют широкие возможности для развития, обусловленные дефицитом энергетических ресурсов в мире, и наличием их огромного количества в РФ. Это развитие может быть достигнуто благодаря грамотной работе менеджеров, которые занимаются управлением компаниями.

Библиографический список

1. Абчук, В. А. Менеджмент: теоретические основы / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2024. – 320 с.
2. Мусаев М.М., Петерсонс А.Д., Янкина И.А. Использование зарубежных моделей управления в российском менеджменте // Естественно-гуманитарные исследования. – 2023. – № 1. С.409-413.
3. Национальный проект «Производительность труда» | Министерство экономического развития Российской Федерации // https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_proizvoditelnost_truda/
4. Окунцева А.В. Новикова Н.В. Необходимость внедрения системы административного менеджмента для решения проблем управления в России // Экономика и социум. 2017. № 5. С.1065-1069.
5. Martinazzo D., Frescura E. A Practical Guide to the application of Lean Six Sigma: Green Belt. – Publisher: Aie. – 2021, 483 p.
6. Milsom J. Choosing between Lean vs. Six Sigma: which is right for you? | i-nexus // <https://blog.i-nexus.com/lean-manufacturing-v-six-sigma>

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ
№ 6/2024

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 7,1. 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