

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



15
2022
ЧАСТЬ II

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 15 (410) / 2022

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олгинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Рахмонов Азиз Боситович, доктор философии (PhD) по педагогическим наукам (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досмубетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Султанова Дилшоода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен *Людвиг Йозеф Иоганн Витгенштейн* (1889–1951) — австрийско-британский философ, который придумал эмодзи. Он работал в основном в области логики, философии математики, философии разума и философии языка. Считается одним из величайших философов современности.

Людвиг Витгенштейн родился 26 апреля 1889 года в Вене в семье сталелитейного магната еврейского происхождения Карла Витгенштейна и Леопольдины Витгенштейн (урождённой Кальмус), был самым младшим из восьми детей. Бабушка по материнской линии была католичкой австрийско-словенского происхождения, приходилась тёткой нобелевскому лауреату по экономике Фридриху фон Хайеку. Один из братьев Людвиг — пианист Пауль Витгенштейн.

К концу XIX века Витгенштейны были одной из самых богатых семей Австрии. Особняк Витгенштейнов был одним из центров культурной жизни Вены: его посещали, например, Густав Малер, Иоганнес Брамс и Густав Климт. В доме находилось семь роялей, и все дети в семье занимались музыкой. Сам Людвиг обладал абсолютным музыкальным слухом и в подростковом возрасте собирался стать дирижёром. Ещё подростком он начал интересоваться философией, по совету сестры прочитав работы Аврелия Августина, Бенедикта Спинозы, Георга Кристофа Лихтнеберга, Артура Шопенгауэра, Сёрена Кьеркегора. Несмотря на то, что дом Витгенштейнов был наполнен искусством, обстановка в семье была тяжёлой: отец семейства, Карл Витгенштейн, обладал жёстким авторитарным характером и хотел подготовить своих сыновей к работе в своей промышленной империи. Трое из пяти братьев позже покончили с собой, и самого Людвиг мысли о самоубийстве преследовали практически всю жизнь.

В 14 лет Витгенштейн покинул родительский дом, чтобы получить образование. Окончив реальное училище в Линце, он учился в Высшей технической школе в Берлине, а с 1908 года продолжил учёбу в Манчестере. Начав изучать инженерное дело, он познакомился с работами Готлоба Фреге, которые повернули его интерес от конструирования летательных аппаратов (Людвиг занимался конструированием авиационного пропеллера) к проблеме философских оснований математики. По совету Фреге в 1911 году Витгенштейн отправился в Кембридж, где стал учеником Бертрانا Рассела.

В 1913 году умер его отец. Получив наследство, Витгенштейн вернулся в Австрию и стал одним из самых богатых людей Европы. Он анонимно пожертвовал крупные суммы австрийским архитекторам, художникам и писателям.

В 1914 году, после начала Первой мировой войны, несмотря на освобождение по состоянию здоровья, он добровольцем отправился на фронт в действующую армию, надеясь, что его там убьют. Во время боевых действий продолжал переписку с Бертраном Расселом, который, по сути, являлся подданным вражеского государства. Попав в плен, практически полностью написал «Логико-философский трактат», который после его возвращения в Ав-

стрию отказались опубликовать. В 1918 году он вновь попал в плен. Снова вернувшись после этого в Австрию, Людвиг отказался от своей части наследства в пользу братьев и сестер, посчитав деньги помехой философской деятельности.

Бертран Рассел его «Трактат», по мнению самого Витгенштейна, не понял. И хотя попытался его поддержать, написав предисловие, автор все равно был разочарован. Тем не менее «Трактат» был опубликован в 1921 году на немецком языке и в 1922 году — на английском. Его появление произвело сильнейшее впечатление на философский мир Европы и вызвало многочисленные дискуссии, однако сам Витгенштейн не был заинтересован в дальнейшем обсуждении своей работы, так как полагал, что в «Трактате» уже предоставлено решение всех философских проблем.

Он отошёл от философской деятельности почти на десять лет. С 1920 по 1926 год работал учителем в сельской начальной школе, после — садовником при монастыре, а также архитектором — по заказу своей сестры он спроектировал и построил дом в Вене. Увлекался фотографией.

В конце 1920-х годов Витгенштейн вернулся к занятиям философией и переехал в Кембридж. Несмотря на известность, он не мог стать преподавателем в Кембридже, поскольку не имел учёной степени, и Рассел предложил ему подать «Трактат» в качестве диссертации. Работа была рассмотрена в 1929 году Расселом и Муром: защита диссертации больше напоминала разговор старых друзей, а в конце Витгенштейн похлопал двух экспертов по плечу и сказал: «Не волнуйтесь, я знаю, что вы никогда этого не поймёте».

В 1938 году Витгенштейн на лекции по эстетике в Кембриджском университете заявил: «Если бы я умел хорошо рисовать, я мог бы точно передавать свои эмоции при помощи нескольких мазков». Другими словами: зачем что-то говорить, если можно использовать эмодзи? В своем труде «Лекции и беседы об эстетике, психологии и религии» он изобразил три лица с разными эмоциями: одно с закрытыми глазами и полуулыбкой, одно с приподнятой бровью и одно с открытыми глазами и улыбкой.

Во время Второй мировой войны Витгенштейн прервал преподавательскую деятельность в Кембридже, чтобы работать санитаром в лондонской больнице. Мысль о философии как профессии была ему отвратительна. По его словам, лучше читать детективы, нежели кембриджский философский журнал *Mind*. Сам он, разумеется, так и поступал. Однажды друг философа Морис О'Кон Друри рассказал ему о своем приятеле, который отказался защищать диссертацию, поскольку понял, что не сделает в философии ничего оригинального. Витгенштейн объявил, что за это ему и следовало присудить степень доктора философии.

Умер великий философ Кембридже 29 апреля 1951 года. Похоронен по католическому обряду на местном кладбище у часовни Святого Эгидия.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Абайдуллаева М. М., Какимбекова А. Т. Современные проявления внутристранового экономического неравенства на примере Республики Казахстан.....	77
Андреева А. А. Мотивация труда в ПАО «Уралкалий».....	82
Базуева Е. А. Факторы, способствующие появлению теневой экономики	85
Vaimuldanova T. T., Meyrambek A. Y. The relationship between human resource management and employees» proactivity.....	87
Бурова А. А. Развитие внутреннего рынка России на базе применения таможенно-тарифного регулирования.....	89
Волкова А. А. Экономическая безопасность России на современном этапе развития	92
Григорьева Е. Ю. Необходимые изменения для поддержки развития малого бизнеса в сфере информационных технологий в условиях нового времени	96
Димов Н. П. Место разрешительного порядка осуществления внешнеэкономических операций в системе экспортного контроля	99
Зыгарь С. В. Управление конкурентоспособностью предприятий курортно-туристского комплекса (на примере Краснодарского края).....	102

Карастоянова А. В. Особенности осуществления таможенного контроля после выпуска товаров в рамках функционирования Евразийского экономического союза.....	105
Корота Н. Э. Иностранные инвестиции и их роль в развитии национальной экономики.....	108
Максутова Е. С., Троельников А. А. Меры по снижению негативного влияния санкций на внешнеэкономическую деятельность регионов Уральского федерального округа	110
Михеев Д. В. Методы управления рисками в инвестиционной деятельности как способ обеспечения инвестиционной безопасности.....	115
Нусипхожина С. Д. Планирование стартового бизнеса	117
Перунова М. В. Оценка угроз экономической безопасности режимного предприятия	120
Порсева В. В. Структура бизнес-плана и распространённые ошибки при его разработке	122
Соколов В. М. Состояние и перспектива развития отраслей производственной деятельности ООО «Дубровинский» (Нытвенский городской округ Пермского края)	124
Султан А. А. Изменение требований к капиталу страховых организаций в связи с переходом на новую директиву Solvency II в Республике Казахстан.....	126

Сыдорук И. Ю. Виртуальные команды как новый вид организационного дизайна	129
Сырцева Т. В. Специфика потребительской трансформации как аспект теоретико-методических подходов к развитию бренда в современных условиях рынка	131
Татаринев Д. В. Особенности экономики регионов Крайнего Севера	134
Ташпулатова Л. М., Нуриддинов А. А. Роль и значение международной инвестиционной позиции	137
Титова Е. А. Нарушения учета на забалансовых счетах, влияющие на искажение бюджетной отчетности	143
Черных Е. А. Повышение уровня рентабельности производства ООО «Агрофирмы Мичурина»	146

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Ma Jingzhao Analysis of China's Short video marketing model — Douyin Platform as example	149
Тульговец И. В. Продвижение предприятий малого бизнеса в социальных сетях	152

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Тришина В. Д., Каск Н. Г. Современное состояние высшего образования в Республике Корея	155
---	-----

ГЕОГРАФИЯ

Турсынгазы Д. С., Канапиянова Д. Г., Мырзабекова А. Е., Нуракун А. Ж., Азизов Э. А. Создание электронной картографической базы данных сельскохозяйственных земель в низовьях реки Сырдарьи для решения задач землепользования.....	158
---	-----

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Современные проявления внутристранового экономического неравенства на примере Республики Казахстан

Абайдуллаева Мадина Маратжановна, PhD, ассоциированный профессор;
Какимбекова Анель Талгатовна, студент
Университет «Туран» (г. Алматы, Казахстан)

В статье проведен анализ современного проявления внутристранового экономического неравенства в Республике Казахстан, обусловленного увеличением социального разрыва в уровне доходов и степени расслоения общества, что явилось одной из причин «январских событий» 2022 года.

Ключевые слова: *неравномерность, экономическое неравенство, экономика, бедность, заработная плата, рост, коэффициент Джини, Казахстан.*

Внутристрановое неравномерное социально-экономическое развитие регионов является актуальной проблемой для большинства стран мира. В той или иной степени межрегиональные неравномерности проявляются уже на уровне распределения общественно-значимых благ среди населения, что лежит в основе расслоения общества. Как итог, формируются «экономические классовые лестницы», что отражается на общем уровне социально-экономического развития региона. По мнению А. Г. Волковой: «Если возникающие проявления неравномерности поддаются контролю и умеренны, они не представляют угрозы. Более того, в некоторых случаях неравномерность является благом, так как более высокий уровень развития одного региона тянет за собой и повышение уровней всех остальных, особенно при грамотном государственном регулировании. Если же уровень социально-экономического развития и уровень жизни населения по регионам существенно разнятся, то этот разрыв является серьёзной проблемой для государства» [1, с 10-11]. Подобной позиции придерживается и доктор экономических наук Е. С. Губанова: «При изменении неравномерности от стадии дифференциации к стадии поляризации социальные и экономические последствия могут приобретать угрожающий характер для стабильного развития территории: сокращение занятости в отдельных сферах экономики может привести к социальной напряженности в обществе, а снижение эффективности и результативности функционирования экономики — к возникновению проблемной территории» [2, с 68].

По заключению экспертов Лаборатории Мирового неравенства, за последние двадцать лет глобальное неравенство между странами уменьшилось, однако внутри самих

стран наоборот возросло. Сегодня, разница между доходом 10% самых богатых и доходом 50% самых бедных внутри стран возросла с 8,5 до 15, согласно коэффициенту Джини и индексу Тейла (рисунок 1).

Проблемы вследствие диспропорционального распределения благ внутри стран всегда существовали как на уровне развивающихся, так и высокоразвитых социально-ориентированных экономик, какой является, в частности, и Республика Казахстан. Так, например, сегодня проблема актуальна и для лидеров мировой экономики — США и развивающегося бурными темпами Китая. С начала 2000-х годов китайская экономика ежегодно увеличивала свою долю ВВП в мире, с максимальным показателем в 18,3% в 2021 году, в то время как США на протяжении ряда лет сохраняет среднюю отметку в коридоре 15-16%, с резким снижением значения в период после мирового финансового кризиса. Сегодня, ВВП этих 2 стран, в сумме составляет более 42% всей мировой экономики (рисунок 2).

Однако за этими усреднёнными показателями скрывается характерная как для китайской, так и для американской экономики реальная проблема неравномерного развития регионов вследствие сильнее разрыва в уровне доходов между классами. Так, например, в Китае, в 2022 году, среднестатистическому человеку, чтобы достичь 1% состояния богатейшего китайца, нужно работать в среднем 140 лет. В то время как в США срок достижения баланса между классами равен почти 180 годам получения средних доходов. В «Докладе о неравенстве в мире 2022» также приводятся следующие статистические данные: «Сегодня среднестатистический человек из 10% населения верхней ступени зарабатывает 122100

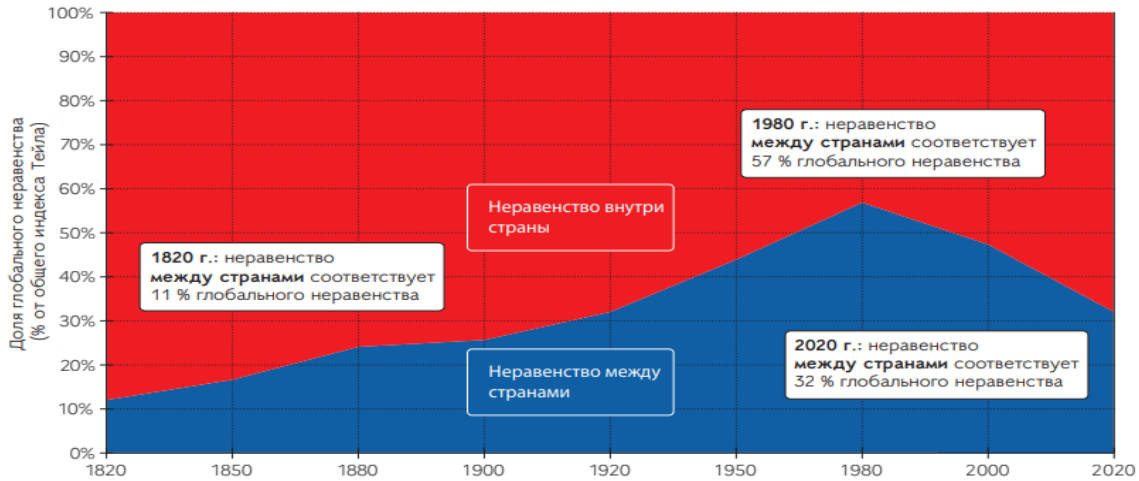


Рис. 1. Глобальное неравенство в уровнях дохода между странами по сравнению с неравенством внутри стран (индекс Тейла), 1820-2020 гг. [3]

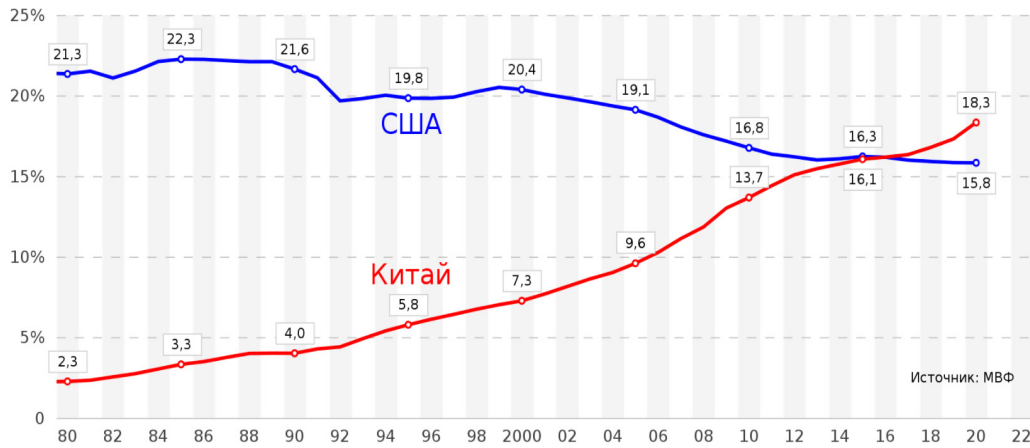


Рис. 2. Доля ВВП по ППС США и Китая в мире, 1980-2022 г [4]

долл. в год, в то время как представитель беднейшего класса — лишь 3920 долларов. Так, мировая беднота имеет

лишь 2%, в то время как 10% самых богатых людей мира владеют 76% всех активов» (рисунок 3).

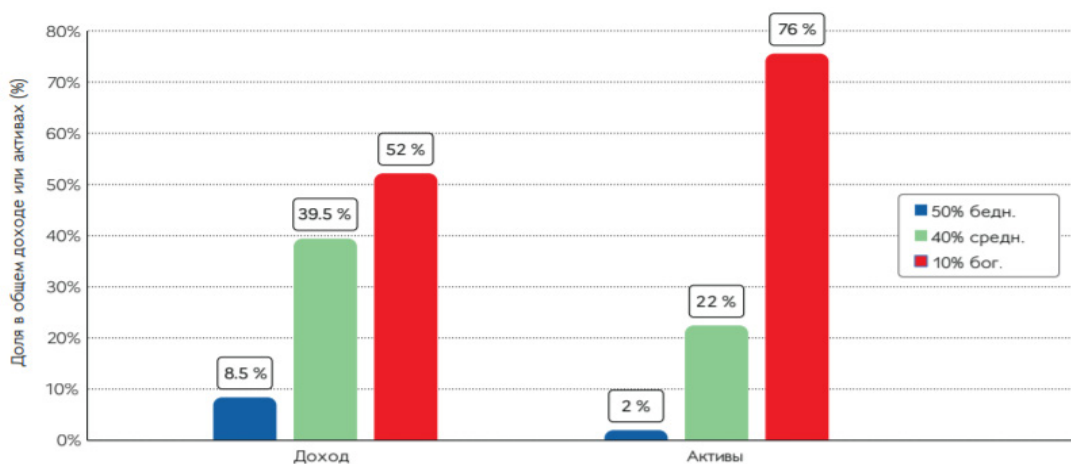


Рис. 3. Глобальное неравенство в уровнях доходов и активов, 2021 г. [3]

Данная проблема характерна и для стран постсоветского пространства. Хотя вопросы социально-экономического неравенства ранее не рассматривались в казахстанской практике, в настоящее время они как никогда актуальны и для страны. Президент Республики Касым — Жомарт Токаев по итогам событий января 2022 года отмечал: «... Разрыв между богатыми и бедными попросту достиг недопустимого уровня... И сегодня стоит стратегическая по своей значимости задача глубинной трансформации всего общественного уклада» [5].

Регионы долгие годы вследствие неравномерного распределения доходов, развиваются непропорционально: доля населения, имеющего доходы ниже величины прожи-

точного минимума, в 2020 году подросла до 4,6% с одновременным увеличением показателей глубины и остроты бедности (0,7 и 0,2% соответственно) [6]. Из теории распределение совокупного объема денежных доходов среди населения выражается через долю общего объема денежных доходов, которая приходится на каждую из 20 и 10 — % групп населения по мере возрастания среднедушевых денежных доходов. Так, например, коэффициент Джини по 20% группам населения, являющийся показателем степени расслоения общества в соотношении 20% богатейших к беднейшим 20%, в Казахстане имел тенденцию к снижению с 0,280 в 2018 до 0,275 в 2020 году (таблица 1).

Таблица 1. Ключевые показатели неравномерности распределения доходов в Республике Казахстан

	Доля населения, имеющие доходы ниже, %		Глубина бедности	Острота бедности	Коэффициент Джини по 20% группам населения
	величины прожиточного минимума	стоимости продовольственной корзины			
2018	3,7	0,1	0,5	0,1	0,280
2019	3,8	0,1	0,6	0,1	0,277
2020	4,6	0,1	0,7	0,2	0,275

Примечание: составлено на основе [6]

В то время как коэффициент Джини по 10-процентным (децильным) группам в 2020 году возрос до 0,291, что говорит о небольшом увеличении дифференциации доходов населения. В 2020 году по сравнению с 2016 годом

удельный вес доходов с 1-й децильной группы не изменился, 4,5,6,8 — ой — уменьшились, а удельный вес доходов 9-й и 10-й децильных групп увеличился на 0,1 и на 0,94 процентных пункта соответственно (таблица 2).

Таблица 2. Доля доходов населения по 10-процентным (децильным) группам и коэффициент Джини

10-% группы населения	2016	2017	2018	2019	2020
1 дециль	4,15	4,07	4,06	4,09	4,15
2 дециль	5,35	5,23	5,26	5,27	5,27
3 дециль	6,21	6,10	6,13	6,07	6,05
4 дециль	7,05	6,92	6,89	6,86	6,81
5 дециль	7,97	7,82	7,74	7,73	7,67
6 дециль	9,02	8,89	8,79	8,78	8,71
7 дециль	10,29	10,21	10,09	10,09	10,05
8 дециль	11,99	11,98	11,89	11,86	11,90
9 дециль	14,65	14,79	14,83	14,83	14,78
10 дециль	23,32	23,99	24,32	24,42	24,61
Коэфф. Джини	0,278	0,287	0,289	0,290	0,291

Примечание: составлено на основе [6]

В 2021 году коэффициент Джини в Казахстане составил 28,8% [6], что является среднестатистическим значением для развивающихся стран. Для сравнения у высокоразвитых стран с сильной экономикой показатели значительно выше, так у США коэффициент Джини на 2021 год составляет 41,5%, в Германии — 31,9, в Китае —

38,5, в России возрос до 37,5%. В то время как у стран с развивающейся экономикой коэффициент Джини усреднен и составляет порядка 27% (Финляндия — 27,4, Норвегия — 27,0, Дания — 28,7), наибольший показатель расслоения в мире наблюдается в наименее развитых странах Африканского континента: в Намибии — 59,1,

в Суринаме — 57,9, в Замбии — 57,1, а в ЮАР в 2021 году достиг 63% [7].

Однако по мнению экспертов ООН, в стране сегодня наблюдается режим капитализма XX века — эпохи «колоссального имущественного расслоения»: 162 человека контролируют 55% экономики страны, а 50% населения живут за чертой бедности. Соотношение 10% наиболее и 10% наименее обеспеченного населения равняется 5,9.

По состоянию на 2022 год заработная плата в Казахстане, при существующем региональном расхождении по доходам, составляет в среднем 269149 тенге в месяц. Наиболее высокие показатели наблюдаются в Алматы (159,4 тыс. тенге), Атырауской области (171,2) и Нур-Султане (241,6), а наименьший — густонаселённой Туркестанской области (102,8 тыс. тенге) (рисунок 4).

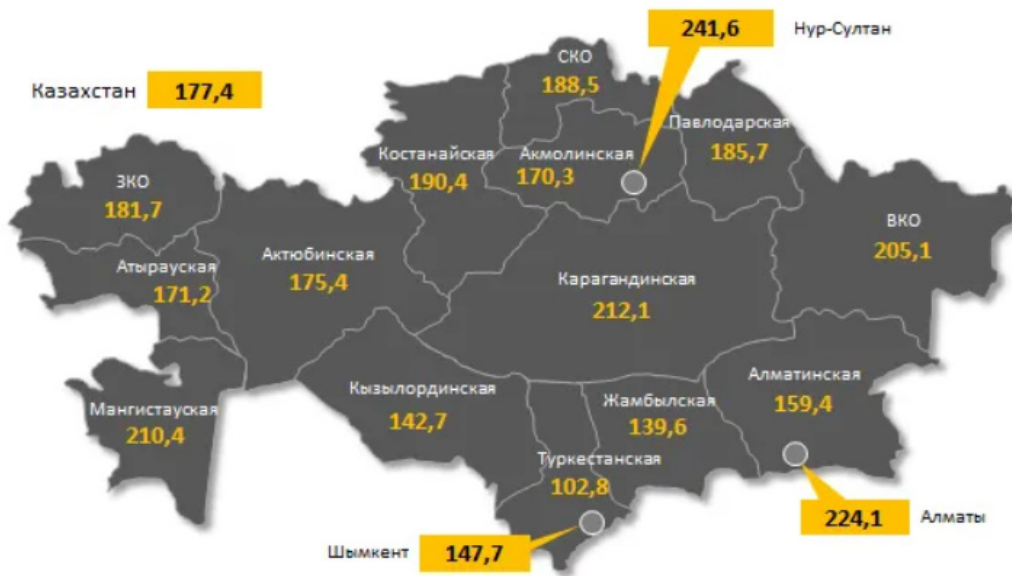


Рис. 4. Денежные доходы населения РК, 1 квартал 2020 г. (тыс. тенге) [6]

По заключению экспертов официальный разрыв в уровне доходов составляет более 40% при официальном уровне инфляции в 10,7% [6]. Официальный уровень бедности в 2022 году составляет 4,9% [6], однако необходимо учесть то, что показатель в Казахстане вычисляется не от полной величины прожиточного минимума, а от 70%. Так, если с 2021 года показатель на душу населения составлял 34302 тенге, то порог в 24011,4 тенге считается официальной чертой бедности.

Стоит отметить и то, что в каждом регионе рассчитываемый прожиточный минимум напрямую зависит от стоимости минимальной потребительской корзины в регионе. Так, например, в 2020 году самый высокий уровень бедности наблюдался в Туркестанской (12,2%), Северо-Казахстанской (6,7%), Восточно-Казахстанской (6,5%) областях, а самый низкий — в городе Нур-Султан (1,5%) (рисунок 5).

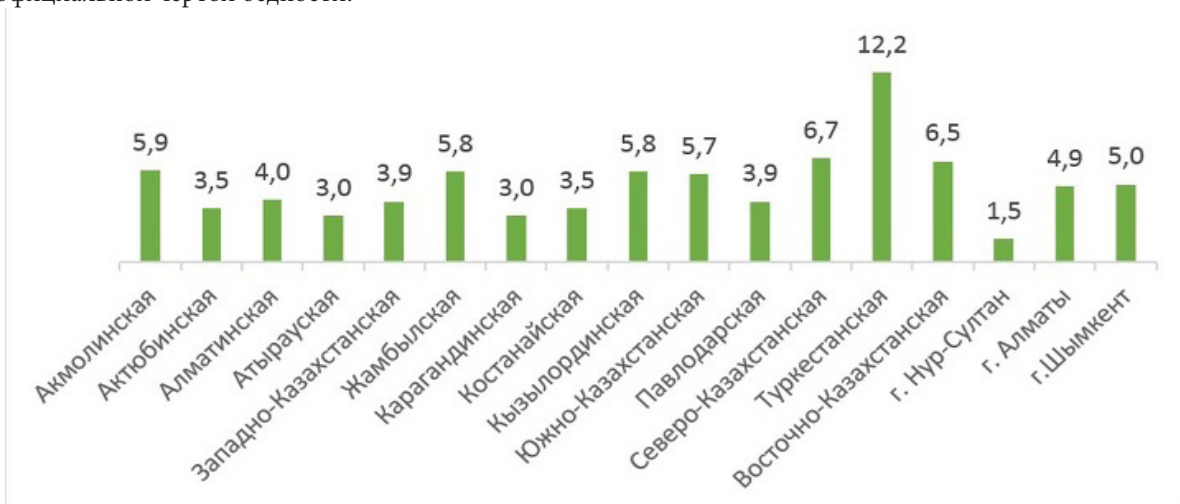


Рис. 5. Уровень бедности в Казахстане по регионам, 2020 г. [6]

По классификации ООН по доле расходов на продукты питания и доходы населения Казахстан попадает в группу с уровнем жизни ниже среднего (40-50% — ниже среднего): более половины населения не могут позволить себе безболезненно приобрести даже базовую продуктовую корзину. Подобный дисбаланс связывается с перенаселением в 32% (в Туркестанской, Жамбылской, Ман-

гистауской и Кызылординской областях), а также слабой поддержкой государства в реализации социально — значимых программ развития. Единственным регион Казахстана, который по классификатору ООН можно отнести к региону со средним уровнем жизни, является столица, где расходы средней семьи на продукты питания составляют 39,8% (таблица 3).

Таблица 3. Потребление продуктов питания домохозяйствами по регионам РК, %, в среднем на душу в квартал, тенге

	Потребительские расходы — всего			в том числе		
				продовольственные товары		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Қазақстан Республикасы	152378	165084	178565	76867	88228	100864
Ақмола	147909	155355	183687	74526	84344	101873
Ақтөбе	120036	142143	159837	61338	74753	95457
Алматы	155212	171815	188277	83679	98855	113120
Атырау	128402	137941	147168	75973	81753	96095
Батыс Қазақстан	120340	136946	148692	63913	79382	90261
Жамбыл	114586	130624	148443	65911	72674	90134
Қарағанды	170951	184020	209010	82200	95154	113710
Қостанай	121721	141780	169370	56137	68349	84456
Қызылорда	114310	121647	136259	61744	69178	81571
Маңғыстау	148201	154412	163215	80272	87281	94486
Павлодар	153450	169911	194147	81289	94636	115332
Солтүстік Қазақстан	149997	163251	187885	71351	81353	97965
Түркістан	95512	108923	125543	56298	67641	78973
Шығыс Қазақстан	163009	179225	194454	88081	98133	112540
Нұр-Сұлтан қаласы	173159	189615	200180	76128	88534	102070
Алматы қаласы	270912	278438	262434	114589	138034	137289
Шымкент қаласы	145771	135686	137550	75291	63668	66564

Примечание: составлено на основе [6]

На основании вышеизложенного можно сделать вывод: текущий рост экономики в районе 4% [6] не увеличивает благосостояние основной массы населения и распределяется крайне неравномерно. Вариантом решения данной проблемы может стать помимо реализации государственных программ («Государственная программа развития регионов на 2020-2025 годы»), создание новых ин-

ституциональных структур, в полномочия которых будет входить контроль распределения благ. В международной практике подобный метод урегулирования вопросов неравенства имел успех в Швейцарии. Институциональная трансформация может стать ключом к решению проблемы неравномерного внутристранового социально-экономического развития регионов Республики Казахстан.

Литература:

1. Волкова, А. Г. Проблемные аспекты управления неравномерностью социально-экономического развития региона и пути их преодоления// Регион: системы, экономика, управление.—2019.—№ 4 (47).—С. 10-14.
2. Губанова, Е. С. Методологические аспекты анализа уровня неравномерности социально-экономического развития регионов/Е. С. Губанова, В. С. Клец // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2017. — Т. 10. — № 1. — с. 58-75.
3. Доклад о неравенстве в мире 2022, World Inequality Lab, 2021 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://wir2022.wid.world/www-site/uploads/2021/12/Summary_WorldInequalityReport2022_Russian.pdf (дата обращения 3.03.2022)
4. IMF International Financial Statistics (IFS) 2021 [Электронный ресурс]. — <https://bit.ly/37ujA3V> (дата обращения 3.03.2022)
5. Обращение Президента Республики Казахстан Касым — Жомарта Токаева 21.01.2022 Сетевое издание «Zakon.kz» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.zakon.kz (дата обращения 3.03.2022)

6. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://stat.gov.kz/> (дата обращения 3.03.2022)
7. Индекс Джини по странам [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://internationalwealth.info/life-abroad/indeks-dzhini-po-stranam-gde-net-bednyh-i-bogatyh/> (дата обращения 3.03.2022)

Мотивация труда в ПАО «Уралкалий»

Андреева Александра Андреевна, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

ПАО «Уралкалий» — основной международный производитель калия, одного из самых важных элементов почвенного плодородия. На долю предприятия приходится около 20% мирового выпуска калийных удобрений. Продукция ПАО «Уралкалий» поставлялась на рынок более 70 странам мира.

Стимулирование труда в общих чертах выражается в выплате заработной платы каждому работнику, дополнительно к этому на предприятии создан социальный пакет, его составляющие будут рассмотрены ниже.

Система материального и не материального стимулирования, КРІ работников предприятия регулируется в коллективном договоре, Положении «О выплате заработной платы и премировании».

ПАО «Уралкалий» ежегодно индексирует заработную плату сотрудников, исходя из анализа рынка труда и установленного индекса потребительских цен на все товары и услуги. В 2021 периоде средняя годовая заработная плата составила 893424 руб. в год, рост вознаграждения сотрудников составил 10,24% по сравнению с 2020 годом (810420 руб.). Это показано на рисунке рисунок 1.

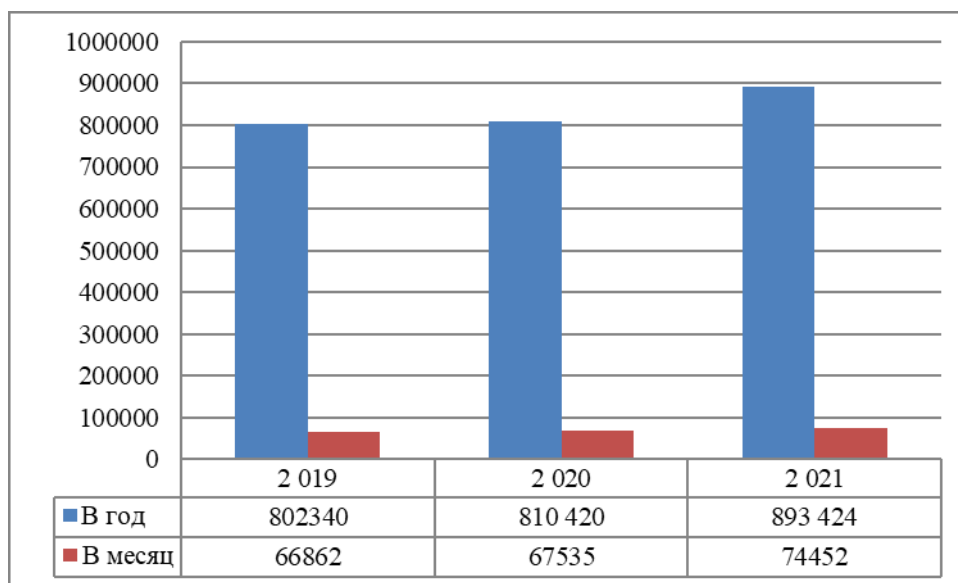


Рис. 1. Средняя годовая заработная плата ПАО «Уралкалий» в 2019-2021 годах, рублей

Зарплата работников формируется из фиксированной и переменной частей, а также различных доплат и надбавок. Система грейдов и КРІ дает возможность объективно оценить эффективность работы персонала, сопоставив результаты конкретного сотрудника с итогами деятельности подразделения и всего предприятия. Фиксированная часть оплаты труда устанавливается на основании грейда сотрудника.

Исходя из КРІ производится оценка деятельности работников для определения переменной части вознаграждения.

Уровень выполнения КРІ определяет размер премиальных выплат.

ПАО «Уралкалий» также использует инструменты нематериальной мотивации персонала. В 2020 году 1084 человека были награждены различными знаками отличия за значительный вклад в результаты деятельности предприятия. Так, лучшим сотрудникам было присвоено звание «Почетный калийщик». Традиционные мероприятия по вручению корпоративных наград проводились в онлайн-формате в связи с пандемией COVID-19.

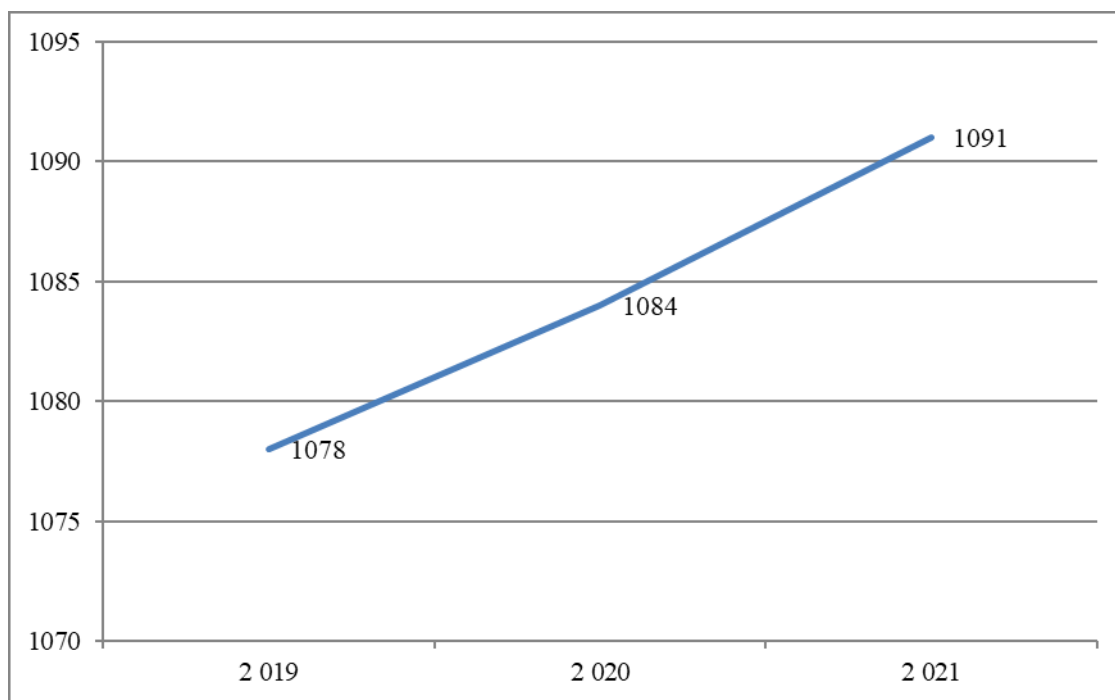


Рис. 2. Количество награжденных сотрудников на предприятии ПАО «Уралкалий» в 2019-2021 годах

В 2021 году количество награжденных составило 1091 сотрудник (рисунок 2).

На предприятии создана социальная поддержка.

Сотрудникам ПАО «Уралкалий» доступен обширный спектр социальных льгот, гарантий и преимуществ. Они направлены на повышение стабильности, решение наиболее актуальных социальных вопросов, улучшение качества жизни людей.

В 2021 году продлено действие Коллективного договора для работников предприятия на период 2021-2023 годов. В нем сохранены все льготы и гарантии в области ком-

пенсационного пакета: медицинское обслуживание, санаторно-курортное оздоровление, компенсация затрат на питание, улучшение жилищных условий и иные мероприятия по содействию благополучию персонала. Также Коллективные договоры действуют в дочерних предприятиях ПАО «Уралкалий» и охватывают 95,1% сотрудников Группы Уралкалий.

Проведем оценку мотивации руководителей, специалистов, рабочих и обслуживающего персонала. Результаты удовлетворенности работой и системой мотивации на предприятии ПАО «Уралкалий» показаны в таблицах 1-2.

Таблица 1. Результаты удовлетворенности работой ПАО «Уралкалий»

Что больше всего не устраивает Вас в Вашей работе?	По категориям			
	руководители	специалисты	рабочих	обслуживающего персонала
Режим труда (график работы, выходные, часы работы)	10,71	11,07	10,70	10,71
Отношения с коллегами	39,29	40,59	13,11	13,78
Условия труда	7,14	7,38	34,07	34,11
Отношение с руководством (методы управления)	21,43	22,14	6,76	6,77
Размер заработной платы	7,14	7,38	30,77	29,34
Все устраивает	14,29	11,44	4,60	5,29
Итого	100	100,00	100	100

Таким образом, руководителей и специалистов больше всего не устраивают отношения с коллегами — и отношения с руководством (методы управления).

Рабочих и обслуживающий персонал больше всего не устраивают условия труда и размер заработной платы.

В таблице 2 рассмотрим результаты использования личного потенциала ПАО «Уралкалий» по каждой категории работника предприятия.

Таким образом, у руководителей больше всего личный потенциал используется на 40-60% у большин-

Таблица 2. Результаты использования личного потенциала ПАО «Уралкалий»

На сколько процентов используется Ваш личный потенциал?	По категориям			
	руководители	специалисты	рабочих	обслуживающего персонала
10-40%	10,71	12,85	13,37	13,77
40-60%	42,86	45,00	45,45	46,36
60-80%	39,29	40,47	39,66	38,47
80-100%	7,14	1,68	1,52	1,40
Итого	100	100,00	100,00	100,00

ства работников (42,86%), на 60-80% у 39,29% работников ПАО «Уралкалий».

В конце анкетирования провели оценку мотивации со стороны сотрудников предприятия (таблицы 3-4).

Таблица 3. Удовлетворенность мотивацией работников ПАО «Уралкалий»

Что можете сказать о созданной системе мотивации на предприятии?	По категориям			
	руководители	специалисты	рабочих	обслуживающего персонала
Удовлетворяет	32,78	29,50	26,55	21,43
Не удовлетворяет	30,89	35,52	40,85	71,43
Не знаю	36,33	34,97	32,60	7,14
Итого	100,00	100,00	100,00	100,00

Из анализа таблицы 3 следует, что 30,89% руководителей ПАО «Уралкалий» не удовлетворены мотивацией, созданной на предприятии, 32,78% сотрудников удовлетворены, а 36,33% затрудняются ответить.

35,52% специалистов ПАО «Уралкалий» не удовлетворены мотивацией, созданной на предприятии, 29,50% сотрудников удовлетворены, а 34,97% затрудняются ответить.

40,85% специалистов ПАО «Уралкалий» не удовлетворены мотивацией, созданной на предприятии, 26,55% сотрудников удовлетворены, а 32,60% затрудняются ответить.

71,43% сотрудников обслуживающего персонала ПАО «Уралкалий» не удовлетворены мотивацией, созданной на предприятии, 21,43% сотрудников удовлетворены, а 7,14% затрудняются ответить.

Следующим шагом является выявление необходимых элементов мотивации сотрудников.

В таблице 4 показаны необходимые элементы системы мотивации работников ПАО «Уралкалий» выявленные из анкетирования персонала. Каждый сотрудник мог выбрать не более трех вариантов.

Таблица 4. Необходимые элементы системы мотивации работников ПАО «Уралкалий»

Что необходимо добавить в систему мотивации работников АО «Уралкалий»	По категориям			
	руководители	специалисты	рабочих	обслуживающего персонала
бесплатные обеды	12,34	14,56	26,32	23,68
удобный график работы	39,67	42,34	21,05	7,89
оплачиваемые транспортные расходы	11,33	14,55	18,42	23,68
оплата услуг мобильной связи	11,78	14,89	13,16	10,53
льготный кредит на покупку жилища	11,89	18,66	2,63	2,63
медицинское страхование	43,22	24,55	10,53	23,68
возможности выполнения работы на дому	21,46	35,66	7,89	7,89

Руководителям важнее всего удобный график работы и медицинское страхование.

Специалистам важнее всего удобный график работы и возможности выполнения работы на дому.

Результаты опроса сотрудников исследуемой организации показали, что рабочим важнее были бесплатные обеды, удобный график работы и оплачиваемые транспортные расходы. А вот оплата услуг мобильной связи,

прохождение обучения и повышение квалификации за счет компании, возможность получить льготный кредит на покупку жилища и выделение отдельного кабинета, не так уж и важны для данных сотрудников.

Сотрудники обслуживающего персонала посчитали

самым необходимым оплату транспортных расходов, бесплатные обеды, удобный график работы и медицинское страхование, а менее всего они были заинтересованы в оплате услуг мобильной связи и возможности выполнения работы на дому.

Литература:

1. Афонасова, М. А. Кадровые риски в системе экономической безопасности организации // В книге: экономика, экология и общество России В 21-м столетии сборник научных трудов 19-й Международной научно-практической конференции. 2017. с. 303-306.
2. Башурова, Д. А., Перфильева А. И. Управление кадровыми рисками // В сборнике: безопасность транспорта и сложных технических систем глазами молодежи Материалы Всероссийской молодежной научнопрактической конференции. 2018. с. 10-13.
3. Буларова, В. М. Кадровая безопасность компании: топ-менеджмент // В сборнике: Россия и Европа: связь культуры и экономики Материалы XXIII международной научно-практической конференции. Отв. редактор Уварина Н. В. Прага, Чешская республика, 2019. с. 172-174.

Факторы, способствующие появлению теневой экономики

Базуева Екатерина Александровна, студент
Пермский государственный национальный исследовательский университет

В статье рассматриваются основные факторы, которые способствуют появлению и развитию теневой экономики в России.

Ключевые слова: теневая экономика, теневой бизнес, факторы развития теневой экономики, экономика, коррупция.

Мировое общественное развитие чрезвычайно тормозится вследствие активного развития теневой экономики. Экономическое развитие сдерживается вследствие возникновения и внедрения во все государственные процессы теневых явлений. Такое положение дел негативным образом сказывается на сохранении порядка, экономическом росте и благополучии граждан. Отечественное законодательство не регламентирует понятие теневых процессов, вследствие этого существуют весьма многообразные взгляды. Развитие теневой экономики предусматривает, что хозяйствующие субъекты при осуществлении экономической деятельности не руководствуются действующими законодательными нормами. Предпочтение они отдают альтернативным способам решения вопросов.

В разных странах теневой сектор развивается по характерным причинам. В условиях разных рынков причины реализации теневых предпринимательских отношений отличаются. Существует ряд факторов, стимулирующих развитие теневого сектора:

1) факторы экономического характера:

— неподъемное налоговое бремя

40% от прибыли предпринимательские структуры должны отдать в виде налогов. Такая ситуация провоцирует бизнес придумывать нелегальные схемы отхода от официального налогообложения. Если их не реализо-

вывать, то придется отдать государству 55% своей прибыли.

— на экономическое развитие негативно воздействуют кризисные явления.

Решение вывести свою деятельность в тень бизнесмены принимают не от хорошей жизни. Оно вызвано зачастую нестабильным развитием экономики государства. Осуществляя свою деятельность в тени, предпринимательские структуры генерируют в этом случае больший доход, чем в легальной экономике. В кризис бизнесмены ищут новые выходы на рынки и другие решения для осуществления своей деятельности. Для многих из них именно теневой бизнес является такой привлекательной сферой, в которой можно получить быстрый значительный результат.

— приватизационный процесс осуществляется нерезультативно.

В обществе бытует мнение о несправедливости распределения финансов. Граждане полагают, что уход в тень восстанавливает общественную справедливость.

— коррупционная составляющая имеет значительный уровень в процессе распределения общественных финансов;

— государственная власть ничего не делает для того, чтобы стимулировать предпринимательские структуры выходить из тени.

Без нелегальных схем предпринимателям сложно осуществлять свою деятельность в настоящих условиях. Чем больше власть предпринимает попыток вывести бизнес из тени, тем выше становится уровень коррупции в стране.

2) факторы социального характера:

— недостаточное обеспечение граждан в финансовом смысле провоцирует их предпринимать попытки разрабатки теневых схем для получения нелегальных доходов.

Уровень реальных доходов россиян стал сокращаться с 2014 года с введением антироссийских санкций.

безработица значительная во многих регионах страны, поэтому люди стремятся как-то выживать и ищут для этого все способы.

Поток мигрантов в страну с каждым годом увеличивается, существует хроническая невыплата заработной платы. Все эти факторы усиливают социальное напряжение. Теневая экономика находит существенную подпитку от этих явлений. В неформальную экономику устремляется значительный поток граждан, которым нужно выживать и которым уже не важен способ достижения этой цели. Теневая занятость становится общепринятым явлением. Люди дают добровольное согласие на занятость на основе устного договора. Работодатель пользуется своей безнаказанностью и не выплачивает необходимых сумм по отпускам и больничным, в то же время в любой момент без соответствующих выплат может уволить работника.

Естественно, работодатели выигрывают от такой занятости работников. Последние подчиняются их приказам, а работодатель существенно снижает свои издержки за счет экономии на налогах, оплате труда.

— финансовая грамотность граждан является незначительной.

Граждане не разбираются в том, какая стратегия управления личными финансами является особенно выгодной для них. Они не понимают принципов накопления и инвестирования капитала. К банкам у народа доверия мало, как и к страхователям. Особенной популярностью пользуется только автострахование

3) факторы правового характера:

— присутствие в действующем законодательстве узких мест, двойных трактовок, что усиливает желание нарушить нормы.

Безнаказанность порождает процветание теневого сектора, так же как и избыток контроля в бизнесе.

— органы правоохранения действуют недостаточно и не пресекают нелегальную деятельность предпринимательских структур.

— нет координации в противодействии экономическим преступлениям.

Литература:

1. Микадзе, С. Ю. Приоритеты экономической безопасности Российской Федерации. СПб.: Изд-во С. — Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2014.

Налоговая служба не располагает полномочиями собирать данные о том, какая величина средств была направлена на счета физических субъектов. В стране не осуществляется контроль за доходами физических лиц. Такая непредусмотрительность государственных властей становится причиной разрастания теневого сектора. Предприниматели не считают нужным регистрировать свою деятельность. В экономике начинает процветать самозанятость.

— право собственности в стране не защищено.

Законное предпринимательство не защищено от тотальных проверок со стороны уполномоченных служб. На собственность осуществляются незаконные посяательства. Вследствие этих причин многие предприниматели принимают решение осуществлять теневую деятельность. Бизнесмены ведут себя как временщики. Они полагают, что государство не соблюдает взятых на себя обязательств, права предпринимателей не защищены, поэтому они придумывают нелегальные схемы, чтобы остаться на плаву и получить выгоды.

— нестабильность в политической сфере.

Фактор сказывается на решении предпринимателя быстрее собирать сливки. Сиюминутная жажда наживы стимулирует теневиков приумножать свои капиталы, не чураясь нелегальных схем. Если в стране имеет место политическая нестабильность, то это стимулирует активное развитие теневого сектора. Официальная легальная экономика при этом сдержанно развивается. Некоторые предприниматели уходят с рынка, желая переждать беспокойные времена [1, с. 129].

Теневой сектор начинает активно развиваться вследствие процветания вседозволенности.

Развитие теневого бизнеса происходит во многом благодаря коррупционной составляющей, росту латентной преступности, отсутствию эффективного механизма реагирования на криминальные элементы в государственном секторе. Например, меры, направленные на обеспечение финансовой безопасности страны, не могут быть реализованы в полном объеме из-за высокого уровня латентной преступности коррупционной направленности в сфере государственных закупок.

Для того чтобы сократить масштабы теневого сектора и способствовать совершенствованию мер по обеспечению финансовой безопасности Российской Федерации, необходимо предпринять шаги по созданию негативного образа теневого сектора экономики через средства массовой информации, оптимизировать работу правоохранительных органов, а также провести реформу налогового, бюджетного и уголовного законодательства, направленную на создание более выгодных условий для развития легального бизнеса и устранению криминальных элементов в государственном секторе.

2. Нуреев, П. М. Экономика развития модели становления рыночной экономики. — М.: ИНФРА-М, 2017.

The relationship between human resource management and employees» proactivity

Baimuldanova Talshyn T., assistant, teacher;
Meyrambek Assyl Yernarkyzy, student master's degree
Suleyman Demirel University (Kaskelen, Kazakhstan)

The human capital has been broadly recognized as one of the main assets of an organization in order to gain competitive advantage. Besides, proactive employees practice intelligence in their productivity nature as they can innovate better means of delivering their tasks to the organization in a better way, which aid in the increase of the overall level of performance of the organization. Although there is little known about the relationship between HRM and employees» proactivity. Thus, the purpose of this paper is to summarize the current state of the connection between these two variables.

Keywords: human resource management, proactivity, proactive employee, literature review.

Взаимосвязь между управлением человеческими ресурсами и проактивностью сотрудников

Баймулданова Талшын Талгаткызы, ассистент, преподаватель;
Мейрамбек Асыл Ернаркызы, студент магистратуры
Университет имени Сулеймана Демиреля (г. Каскелен, Казахстан)

Человеческий капитал широко признан одним из основных активов организации для получения конкурентного преимущества. Кроме того, проактивные сотрудники практикуют интеллект в своей продуктивной природе, поскольку они могут изобретать более эффективные средства для более эффективного выполнения своих задач в организации, что помогает повысить общий уровень производительности организации. Хотя мало что известно о взаимосвязи между УЧР и проактивностью сотрудников. Таким образом, цель данной статьи состоит в том, чтобы обобщить текущее состояние связи между этими двумя переменными.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, проактивность, инициативный сотрудник, обзор литературы.

Introduction

The importance of employee ability to act responsibly and be willing to think and take actions ahead of the task provided, as a main element of competitive advantage and performance, has been realized in the strategic human resource management literature [3]. Employees with the ability to propagate proactivity in their performance mode usually exercise positive changes in improving their work performance, leading to increased productivity rates in their respective departments. When an organization employs individuals with a proactive nature of performance, it aids the whole company in registering a progressive increase in revenue generation [4]. Thus, proactive employees counted to make practical changes and improvements at work for organization [13]. The purpose of this paper is to shed light to the literature review to the relationship between employee proactivity and HRM.

Literature review

— *Human resource management*

Human resource management entails the practice of recruiting, hiring, deploying, and managing a specific

organization»s employees, whereby the whole task force is controlled and operated from one source; enables an organization to enhance service delivery through its employees keenly controlled by the entire administration. It helps the management realize its goals whereby the general conduct of the employees bestows to the human resource management department. Also, it enables the top executives to propagate the various strategies that could be realized to enhance the organization»s revenue output, hence providing a better working platform to improve productivity. Furthermore, it helps impart training to its staff that requires specific skills that would enhance the employees» productivity and increase the organization»s general performance; conduct employees» appraisal and performance whereby all the employees undergo a specific exercise used to determine their productivity in the whole organization [1]; performs the practices of deciding employee compensation and providing benefits to the various groups of the organization»s department [2].

— *Proactive employees*

The proactive employees usually practice intelligence in their productivity nature as they can innovate better means of

delivering their tasks to the organization in a better way, which aid in the increase of the productivity in the organization [4].

— *The relationship between HRM and employees» proactivity*

The proactive employees make human resource management very easy as they don't require continuous supervision, as witnessed in the other employees who need an increased rate of charge to achieve the necessary results for the organization [4]. The proactive employees have some relationship with the human resource executives as they are usually creative and can be bestowed with the ability to lead specific departments where they become liable in any of the incidences which occur in the respective departments [5]. The proactive employees can be given the mandate to execute duties in whereby they sometimes perform those duties perfectly as the human resource executives in the overall management. The ability to lead and foster positive changes in the various departmental areas needs a lot of innovation as well as creativity and with the capability of the proactive employees managing to promote the same modifications which the human resource executives could have overseen; they intensely indicate that the relationship of the two groups is not significant [5]. The proactive employees can generate and at the same time apply new ideas, which leads to detecting the potential organizational trends in the whole productivity platform [6].

The human resource management may embark on specific motivational drives which lead to proactivity among the employees. The various motivational campaigns which the manager can use to increase the employee's proactivity include the establishment of high-quality employee and leader relationships. The improved connection between the leaders and the employee leads to the increase of trust among the employees whereby it aids them in having a proactivity nature among the employees [9]. The exercise helps increase the employee leader relationship, making it possible for the employees to gain leadership skills through close interaction with their leaders, who impart them the required knowledge of management [10]. The increased relationship between the employee and the leaders helps build a particular bond, which necessitates the employees to be very open to the leaders, which in turn helps the general employees acquire fundamental knowledge of administering leadership in the assigned departments [10]. The motivation by the human resource management may lead to the two types of proactivity to the employees whereby the employees may get the pro-team proactivity or the pro-self-proactivity. The pro-team proactivity entails an individual having acquired skills and innovations that would lead to the individual performing-enhancing practices, leading to the good of the business [11]. In this category, the individual performs the pro-team proactivity to enhance the general productivity of the organization as a whole hence making it in the best interest of the whole organization. Pro-team proactivity is what many human resource management requirements from an individual. It leads to the employee's responsibility of having the desired preferences in having the best performance exer-

cise, which leads to the increase in the organization's general performance [11]. The other type of proactivity includes the movement of pro-self-proactivity, which leads to the individuals being proactive for themselves. The employees may as well acquire this type of proactivity as it increases the individual performance of specific duties, which at the blame time leads to the improved revenue enhancement and productivity of the general organization at large [12]. Pro-self-proactivity helps the employees learn various sources of facilitation of their duties hence making it possible to register advanced improvement on the general productivity of the organization [12]. The pro-self-proactivity also helps enable the employees to need to execute growth in various areas of importance in increasing the organization's overall development, hence making it possible for the continuous growth of the general departments in the organization.

The proactive employees help the human resource executives make helpful suggestions that help determine the general organization's productivity [6]. Human resource management has embarked on encouraging most of the employees to exercise the capability of proactivity [7]. Though this proactivity inspires most employees in their mode of performance in their daily duties, which leads to an increased productivity rate, it takes employees to exercise the willingness to be proactive in their duty undertakings. Humans fail to be willing to exercise proactivity in their performances as the activity requires extra time and effort [7]. The version of proactivity involves a lot of time for certain employees to perform as the whole exercise requires an individual to invest more time and effort due to the need to make changes to the organization's various departments. The employees fail to adhere to the calls of the management to exercise proactivity as they don't want to increase their responsibility and from the little ones they have [8]. The employees refrain from the continuous calls by the management to exercise management's calls realization realizes duties as the exercise is much involving and leads to the incapability of the employees from achieving their other outside job duties hence making them incapable of making the required improvements of the life outside job [8]. The employees also refrain from the calls from the human resource management as they normally fear the uncertain consequences which may befall them due to their practices. The fear of the uncertain consequences makes many of the employees remain fearful in attempts to take more responsibility for the organizations' performances, making them continue performing the stipulated exercises [9]. The increase in burden leads to the rise of chances, usually more certain outcomes, which may lead to an increased rate of insecurity among the staff as they fear repercussions in their life and their sales being deducted. The deduction of salaries responsibility effort to the employees due to their careless performance which becomes availed due to the increase of responsibilities which most of the employees find their selves in due to the urge of the management to allocate the employees with more obligations as they workers needed to be proactive make some of the employees have fear exercising proactivity.

Conclusion

To conclude, proactive employees are best choice to hire for an organization, as they perform tasks in better means, enough innovative at the workplace to make some incremental changes and can foster the overall level of the productivity in the organization. HRM motivates employees to become pro-

active, however employees choose not to be because of several factors. They are afraid of the uncertain consequences that will be led from the chances to make changes at organization. Also, they won't to increase the level of their responsibility and they do not want to put extra time and effort to make changes at the workplace.

References:

1. Albrecht, S. L., Bakker, A. B., Gruman, J. A., Macey, W. H., & Saks, A. M. (2015). Employee engagement, human resource management practices and competitive advantage: An integrated approach. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*.
2. ALDamoe, F.M. A., Yazam, M., & Ahmid, K. B. (2012). The mediating effect of HRM outcomes (employee retention) on the relationship between HRM practices and organizational performance. *International Journal of Human Resource Studies*, 2 (1), 75.
3. Boselie, P. (2010). High performance work practices in the health care sector: a Dutch case study. *International Journal of Manpower*.
4. Long, C. S., & Perumal, P. (2014). Examining the impact of human resource management practices on employees turnover intention. *International Journal of Business & Society*, 15 (1).
5. Long, C. S., Perumal, P., & Ajagbe, A. M. (2012). The impact of human resource management practices on employees» turnover intention: A conceptual model. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 4 (2), 629-641.
6. Mariappanadar, S. (2012). The harm of efficiency-oriented HRM practices on stakeholders: An ethical issue for sustainability. *Society and Business Review*.
7. Meijerink, J., Bos-Nehles, A., & de Leede, J. (2020). How employees» proactivity translates high-commitment HRM systems into work engagement: The mediating role of job crafting. *The International Journal of Human Resource Management*, 31 (22), 2893-2918.
8. Mudor, H. (2011). Conceptual framework on the relationship between human resource management practices, job satisfaction, and turnover. *Journal of economics and behavioral studies*, 2 (2), 41-49.
9. Paşaoğlu, D. (2015). Analysis of the relationship between human resources management practices and organizational commitment from a strategic perspective: Findings from the banking industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 315-324.
10. PHAM, T.N. M. (2021). The Relationship Between Human Resource Management Practices, Work Engagement, and Employee Behavior: A Case Study in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8 (4), 1003-1012.
11. Tiwari, P., & Saxena, K. (2012). Human resource management practices: A comprehensive review. *Pakistan business review*, 9 (2), 669-705.
12. Tummers, L., Kruijen, P. M., Vijverberg, D. M., & Voeselek, T. J. (2015). Connecting HRM and change management: The importance of proactivity and vitality. *Journal of Organizational Change Management*.
13. Unsworth, K. L., & Parker, S. K. (2003). Proactivity and innovation: Promoting a new workforce for the new workplace. *The new workplace: A guide to the human impact of modern working practices*, 175-196.

Развитие внутреннего рынка России на базе применения таможенно-тарифного регулирования

Бурова Анастасия Андреевна, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье авторы пытаются определить факторы влияния таможенно-тарифного регулирования на развитие внутреннего рынка Российской Федерации.

Ключевые слова: экономика, таможня, таможенно-тарифное регулирование.

Современные условия международного внешнеторгового взаимодействия являются достаточно не стабильными поскольку для реализации и установления торговых потоков необходимо разработать четкие меры

таможенно-тарифного регулирования, которые будут нацелены не только на обеспечение импорта, но и на защиту внутреннего рынка страны.

Такого рода регулирование представляет собой меры, направленные на регулирование внешнеэкономической деятельности в области ввоза и вывоза товаров с таможенной территории. Таможенно-тарифное регулирование направлено на поддержку внутрисоюзного рынка, а также на создание условий для обеспечения рынка импортной продукцией, поскольку ввоз товаров на территорию государства обеспечивает постоянный приток денежных средств в государственные бюджеты. Практическая реализация мер таможенно-тарифного регулирования базируется на установлении ставок таможенных пошлин, что является основой для контроля за импортом [1].

Современное состояние мировой политической и торговой ситуации обусловлено резким ростом цен на энергетические ресурсы, развитием вооруженных межгосударственных конфликтов, ставших толчком к началу экономических войн, а также появлением на территории многих стран инфекции COVID-19. Все это привело к началу глобального спада экономики, который требует усиления процессов деятельности в рамках экономической безопасности и защите внутреннего рынка стран.

На территории Российской Федерации активно развивается цифровизация, которая требует постоянного реагирования на возникающие в рамках государственного управления барьеры. За прошедшие годы политика внедрения на территорию страны иностранных инвесторов привела к потере контролирующего звена в области некоторых направлений рынка, а также к снижению позиционного показателя России в рамках внешней политики.

Низкий уровень контроля в рамках развития рынка спровоцировал усиление спекуляции, росту правонарушений в области экономики, а также появлению ее теневой составляющей. В связи с чем Россия претерпевает кризис, который укрепляется в связи с нестабильным положением фондового рынка, спровоцированного спекуляцией операций, приведших к оттоку капитала из страны. Представленные данные обуславливают необходимость укрепления контрольных позиций направленных на соблюдение экономических интересов, которые должны обеспечивать ведомственные структуры посредством укрепления национальной безопасности и содействия экономическому развитию.

Современное таможенно-тарифное регулирование базируется на регулировании внешнеторговой деятельности посредством применения пошлин, налогов и сборов [2]. Данный вид государственного регулирования направлен на обеспечение порядка и регламента при применении таможенных пошлин на ввозимую и вывозимую продукцию. Предметом является товар, он представляет собой движимое имущество, как гласит статья 2 ТК ЕАЭС.

Инструменты таможенного регулирования представляют собой структуру, подразделённую на две группы. К первой относятся пошлины, а ко второй взимаемые платежи. Также они включают в себя следующее:

— Инструменты, направленные на формирование таможенного тарифа, который определяется на основе анализа ввоза и вывоза товаров при изменении ставок таможенных пошлин;

— Инструменты, реализуемые таможенными органами при применении тарифных ставок, определяемых на основе страны происхождения товара и его стоимости при ввозе на таможенную территорию.

Целью применения таможенного тарифа на территории Российской Федерации является защита внутреннего рынка страны от возможной конкуренции связанной с занижением стоимости реализуемой иностранной продукции, достигается данная цель посредством применения таможенных пошлин.

Для целей исчисления таможенных пошлин применяются ставки, действующие на день принятия таможенным органом таможенной декларации, соответствующие наименованию и (или) классификации товаров в соответствии с ЕТН ВЭД ЕАЭС, ЕТТ ЕАЭС и иными нормативными актами Российской Федерации, составляющими законодательную базу таможенного дела. Размеры ставок таможенных пошлин зависят от следующих основных факторов:

— разновидность товара, перемещаемого через таможенную границу;

— страна происхождения товара — страна, в которой товары были полностью произведены или подвергнуты достаточной переработке.

Приведенным термином может быть обозначена не только страна, но и отдельные её части и регионы, группы государств и их союзы и т.д. В зависимости от страны происхождения товара законодателем устанавливаются следующие ставки таможенных пошлин:

базовые — применяются в случае ввоза на таможенную территорию Союза товаров, происходящих из страны, которой предоставляется режим наибольшего благоприятствования.

Размер максимальных ставок таможенных пошлин составляет 200% от установленных ЕТТ ЕАЭС. Приказом ФТС России от 02.08.2012 г. № 1560 установлено, что максимальные ставки в отношении товаров, происходящих из стран, торгово-политические отношения с которыми не предусматривают режим наиболее благоприятствуемой нации, не применяются.

Исчисление размера таможенных пошлин, подлежащих уплате, производится на основе базы для начисления таможенных пошлин и соответствующего вида ставки таможенных пошлин. Кроме того, специальные, антидемпинговые и компенсационные пошлины устанавливаются в соответствии с договорами государств — членов Союза и (или) национальным законодательством и взимаются в порядке, предусмотренном ТК ЕАЭС для взимания ввозной таможенной пошлины. Порядок зачисления и распределения между государствами сумм ввозных таможенных пошлин, обязанность по уплате которых возникла в отношении товаров, ввозимых на таможенную территорию ЕАЭС, определяется Договором о Евразийском экономическом союзе

и соглашением между странами — участницами ЕАЭС. Ввозные таможенные пошлины подлежат зачислению в национальной валюте на единый счет уполномоченного органа той страны, в которой они подлежат уплате в соответствии с таможенным законодательством ЕАЭС.

По оценкам аналитиков на ближайшие два года Российская Федерация столкнется с проблемами в области внешнеэкономического сектора, поскольку произойдет снижение экономических показателей страны, а также наблюдается объективная рецессия мировой экономики в целом, связанные с последними событиями вызванными военными действиями и пандемией [3]. Данные условия побуждают к усилению таможенно-тарифного регулирования ввоза товаров на территорию страны с целью создания благоприятных условий для развития конкурентных преимуществ у отечественного производителя. Дополнительно необходимо проводить контрольные мероприятия в области инвестиционной экономики с целью сдерживания роста цен на рынке, что создаст условия для эффективного функционирования бюджета, а также позволит избежать высокого уровня издержек для государства.

На данный момент перспективным направлением развития контроля внешнеторгового оборота является корректировка ввозных пошлин и преференциального режима для товаров в рамках Евразийского экономического сообщества.

На предстоящий период 2022 и 2023 года рассматриваются варианты эскалации тарифов, направленных на регулирование внешней торговли, а также рассмотрение тарифов в области комплектующих товаров поскольку современные установленные пошлины на данную категорию не создают равных условий для ввоза таких товаров и цен реализации готовых изделий. Дополнительно представленные меры будут направлены на развитие внутригосударственного национального производства с целью обеспечения импортозамещения.

Евразийский экономический союз, в который входит, Российская Федерация на данный момент является барьером для использования тарифных мер с целью воздействия на внешнеторговый товарооборот. Это заключается в том, что имеющиеся механизмы регулирования разработаны на основе единой тарифной системы ЕАЭС.

Имеющийся механизм таможенно-тарифного регулирования на территории ЕАЭС не направлен на обеспечение национальной безопасности государства-членов, но его основа позволяет государствам определить имеющийся уровень защиты от внешних факторов. Таможенно-тарифное регулирование необходимо совершенствовать посредством проведения анализа и лоббирования существующих тарифов с целью полноты обеспечения национальной безопасности посредством изменения системы рынка и производства на основе изменяющихся ставок таможенных тарифов.

Совершенствование таможенно-тарифной политики в рамках ЕАЭС позволит обеспечить безопасность и возможность наращивания производственных мощностей

для государств-членов. Это приведет к необходимому эффекту от изменения ставок таможенного тарифа. Не стоит забывать и о фискальной составляющей тарифа, поскольку она является преобладающей над его регулирующими функциями.

Таким образом существует необходимость структуризации и разделения таможенного регулирования в рамках национального и наднационального производства, поскольку представленные пути совершенствования таможенно-тарифных инструментов регулирования в дальнейшем обеспечат, как национальную безопасность, так и развитие внутреннего рынка государства в рамках современных политических условий.

Современная мировая внешнеторговая деятельность изменяется на фоне экономического, политического и социального международного положения, поскольку данные показатели формируют взаимосвязь, оказывающую влияние на существующий рынок и отдельные государства.

В связи с чем на данный момент центром изменения торгового и внешнеполитического положения является Российская Федерация, на базе чего видоизменяется формат регулирования внешней торговли за счет воздействия на внутри-рыночные цены, а также на основе сокращения стоимостных и количественных объемов импортного товара. Регулирование внешнеэкономической деятельности на территории страны является необходимым исторически доказанным процессом.

На данный момент государственными органами исполнительной власти проводится комплекс мер, направленных на регулирование внешнеэкономической внешнеторговой деятельности, основанных на таможенно-тарифном регулировании. Рассматриваемые меры представлены в виде НДС, применения запретов и ограничений к определенным категориям товаров, а также запрете на импорт из некоторых государств. Они направлены на сохранение баланса внутреннего рынка страны и создание условий формирования новых областей отечественного производства.

Сейчас происходят изменения, связанные с массовым ограничением ввоза товаров на территорию страны, также разрабатываются меры полного ограничения отечественного производителя от иностранных конкурентов, которые часто используют недобросовестные конкурентные способы борьбы внутри рынка. Это реализуется с помощью увеличения ставок ввозных таможенных пошлин для иностранных производителей, в связи с чем цены на их товары возрастут, что откроет новые направления торговли для отечественного производителя.

В общих чертах можно отметить, что снижение ставок таможенных пошлин все же происходило, а вот снижение уровня импорта можно обусловить сокращением спроса в связи с коронавирусной инфекцией и последними геополитическими событиями в мире.

Не стоит забывать, что таможенный тариф является одной из доходных частей для отечественных производителей, поскольку обеспечивает сохранность их интересов, но важно учитывать фактор взаимосвязанности многих

производств, для того чтобы не навредить внутреннему рынку, а обеспечить защиту взаимосвязанным отраслям. На основе чего уровень обеспечения государством безопасности для взаимосвязанных отраслей может различаться с таможенным тарифом, наложенным на ввозимую продукцию. Таким образом существующее противоречие последствий применения таможенных пошлин невозможно отрицать [4].

Таким образом стоит сделать вывод, что Российская Федерация обладает необходимыми возможностями

для регулирования объемов импортных поставок товаров с целью защиты внутреннего рынка страны и стимулирования отечественного производителя. В рамках чего стоит сказать, что отказ от импортных ограничений не является первостепенной задачей на основе современного экономического положения России. Сейчас возникла необходимость для снижения уровня спада импортной продукции на внутрисоюзном рынке на базе внедрения отечественного товара с целью сохранения достигнутого экономического положения.

Литература:

1. Алексеева, Е. В., Кулаженкова В. Е. Таможенный аспект регулирования внешнеторговой деятельности России на современном этапе // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. 2019. № 14. с. 70-71.
2. Солодухина, О. И. Таможенно-тарифное и нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности как инструмент обеспечения экономической безопасности России // Экономический рост: факторы и механизмы устойчивого развития: монография. Пенза, 2017. с. 82-93.
3. «Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов» (утв. Минфином России).
4. Новиков, В. Е. Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности и таможенная стоимость / В. Е. Новиков, В. Н. Ревин, М. П. Цветинск.

Экономическая безопасность России на современном этапе развития

Волкова Алена Анатольевна, студент

Научный руководитель: Эстерлейн Жанна Викторовна, кандидат юридических наук, доцент
Пермский государственный национальный исследовательский университет

Рассматриваются трансформации, которые состоялись в перечне факторов, обуславливающих экономическую безопасность Российской Федерации в настоящее время. Отмечается, что в связи с глобализацией, цифровизацией значительно повысились риски, связанные с применением информационных технологий, что требует обновления подходов к формированию основных критериев и подходов в оценке экономической безопасности державы

Ключевые слова: экономика, экономическая независимость, цифровизация, глобализация, властные структуры, санкции, экстенсивная модель развития экономики, ресурсы, инвестиции, инновационные технологии.

Economic security of Russia at the present stage of development

Volkova Alena Anatolyevna, student

Scientific adviser: Esterleyn Zhanna Viktorovna, candidate of legal sciences, associate professor
Perm State National Research University

This article discusses the transformations that have taken place in the list of factors that determine the economic security of the Russian Federation at the present time. It is noted that in connection with globalization, digitalization, the risks associated with the use of information technologies have significantly increased, which requires updating approaches to the formation of the main criteria and approaches in assessing the economic security of the state.

Keywords: economy, economic independence, digitalization, globalization, power structures, sanctions, extensive model of economic development, resources, investments, innovative technologies.

Обеспечение экономической безопасности в рамках комплексной политики безопасности относится к одной из важнейших функций государства [1]. Это связано с тем, что социально-экономические проблемы

в стране обычно связаны с неспособностью государственных структур дать разумную оценку экономической ситуации и выработать ряд достаточных превентивных мер и вовремя стабилизировать ситуацию [2].

Экономическая безопасность определяется как концепция центральной ценности демократических обществ и одна из важнейших предпосылок всех сфер общественной жизни, тем не менее, концептуально она не имеет точного определения. Термин «экономическая безопасность» теперь включает практически все сферы жизни. Исследования пытаются противодействовать этой проблеме путем индивидуального изучения различных областей политики.

Экономическая безопасность — комплексное понятие, базовая потребность человека. То, что выполнение этой задачи становится все более трудным, связано с самой концепцией экономической безопасности, в которой описывается не единичный материальный объект, а многогранное понятие, имеющее индивидуально-личностные, а также коллективные измерения, например, на национальном или общественном уровне. Поэтому однозначно определить экономическую безопасность в свете постоянно меняющихся условий макро- и микросреды достаточно проблематично.

В качестве приближения к сложному понятию безопасности понимается здесь как состояние, в котором люди, общества или государства испытывают уверенность, основанную на фактах, что они могут использовать эффективные средства для контроля или противодействия наиболее важным рискам и угрозам таким экзистенциальных благ, как жизнь, здоровье, процветание, образ жизни и политический и культурный порядок.

Таким образом, экономическая безопасность — это не статичное состояние, а конструкция, подверженная динамическим изменениям, которую необходимо постоянно обсуждать и рассматривать с политико-экономической и иных, сопряженных дисциплинарных исследо-

ваний точек зрения, внося соответствующие дополнения с учетом трансформаций в общественном и социально-экономическом мироустройстве.

Это начинается с вопроса о самых насущных угрозах того, что в настоящее время вкладывается в понятие экономической безопасности: угроз здоровью нации за счет наличия некачественных продуктов, нехватки ряда ресурсов, сырья для производства товаров и продукции первой необходимости, экономические проблемы, транснациональный терроризм, вносящий значительный вклад в усиление нестабильности и подорожание самых различных товаров и услуг, изменение климата или, возможно, вышедшие из-под контроля финансовые и экономические структуры, которые могут поставить под вопрос безопасность социального положения и экономической стабильности общества. Каждый ответ, в конечном счете, основывается на субъективных оценках, которые могут сильно различаться в зависимости от географической, политической, социальной или религиозно-культурной точки зрения.

Критическое изучение рисков экономической безопасности имеет важное фундаментальное значение, потому что инструменты, используемые для отражения угроз, проявляют свое воздействие в самых разных областях. Вопросы безопасности обычно приводят к дилеммальным ситуациям, в которых важно взвесить риски личностных и общественных ценностей, которые необходимо защитить, свести к минимуму негативные побочные эффекты, насколько это возможно, и создать максимально возможный консенсус между вовлеченными сторонами в отношении формирования единого подхода к обеспечению государственной экономической безопасности.

Особенно в плюралистических и демократических обществах четкие ответы встречаются крайне редко, так как учитываются диаметрально противоположные взгляды, которые затрудняют выработку единого подхода.

Таблица 1. Аспекты экономической безопасности

Виды безопасности	Трактовка
Социальная	Чувство безопасности, возникающее благодаря доступу к работе или относительно стабильной занятости, или гарантированному минимальному доходу благодаря работе или мерам социальной защиты
Продовольственная	Чувство защищенности, основанное на возможности иметь доступ к определенному количеству и разнообразию пищи, достаточному для удовлетворения основных потребностей человека
Безопасность здоровья	Чувство безопасности, основанное на защите от инфекций и болезней и возможности доступа к профессиональной медицинской помощи. экологическая безопасность
Чувство защищенности от опасностей, исходящих от естественной среды обитания	К ним относятся опасности, которые возникают внезапно, такие как землетрясения, ураганы и наводнения, а также опасности, которые развиваются в течение более длительного периода времени, такие как загрязнение воздуха или опустынивание земель
Личная	Чувство безопасности, основанное на защите физической и психологической неприкосновенности человека

Общественная	Чувство безопасности и единения, возникающее от осознания того, что вы являетесь частью большой группы людей, разделяющих схожие убеждения и взгляды
Политическая	Чувство безопасности, которое приходит, когда индивидум принадлежит к обществу, которое не подвергает угнетению и где власть защищают основные права человека

Из таблицы 1 следует, что экономическая безопасность является многогранным понятием, включающим различные аспекты, оказывающие синергетическое воздействие на ее формирование.

Следует отметить, что понятие экономической безопасности, в значительной степени, рассматривается с позиции привлечения геополитических детерминант. Это связано со стоящими в краткосрочной перспективе задачами сохранения территориальной целостности (что касается Российской Федерации).

Важным аспектом экономической безопасности является продовольственный. Сокращение импорта в Россию вследствие санкционных мер привело к тому, что руководство страны выбрало курс на импортозамещение, что способствует созданию новых рабочих мест и напрямую увеличивает экономическую безопасность державы.

Тем не менее, в Российской Федерации все еще, в значительной мере, реализуется экстенсивная модель хозяйствования. Это требует меньших затрат на текущий момент. Однако в отсроченной перспективе приведет к истощению ресурсной базы. Например, отсутствие или нехватка инновационных технологий, при помощи которых возможно извлечь полностью нефть, газ, иные полезные ископаемые из месторождений приводит к неполной их отработке, ухудшению экологии, необходимости к возврату заброшенных месторождений в будущем.

Также рабочая сила, сформированная в последнее время, является низкоквалифицированной, не умеющей обращаться с цифровыми технологиями. Отмеченные

факторы стремительно усиливают разрыв России с передовыми, индустриально развитыми государствами.

К числу факторов, оказывающих отрицательное воздействие на экономическую безопасность Российской Федерации, следует отнести и низкие демографические показатели.

Поступление прямых иностранных инвестиций в Россию является недостаточным. Это обусловлено неблагоприятным инвестиционным климатом. Многие зарубежные инвесторы опасаются вкладывать средства в инвестиционные проекты в России из-за возможной потери средств, несвоевременной выплаты дивидендов, отсутствия прозрачности при распределении тендеров, связанных с внутренним перераспределением средств, возможными хищениями, высокой коррупционной составляющей.

Вопрос экономической безопасности приобретает особую актуальность в связи с пандемией коронавирусной инфекции, когда большинство государств оказались не готовы к противостоянию пандемии. Однако, некоторые страны, смогли в числе первых справиться с ситуацией, например, Турция, которая имеет на территории своей страны комплекс предприятий, которые в кратчайшие сроки смогли обеспечить внутренние потребности в средствах индивидуальной защиты, гигиенических средствах. Тогда как многие государства вынуждены были приобретать их за рубежом из-за переноса многих производств в страны с дешевой рабочей силой (например, Вьетнам).

Функции экономической безопасности приведены на рис. 1.

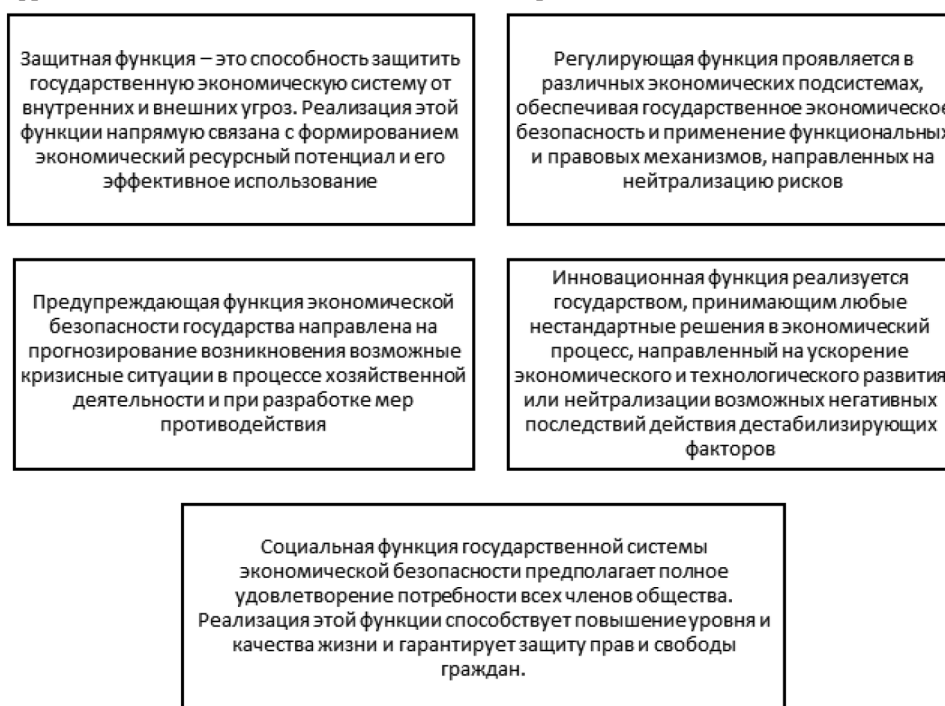


Рис. 1. Основные функции экономической безопасности государства

Следует отметить, что отмеченные функции государства в области экономической безопасности могут расширяться за счет привлечения новых элементов.

Для достижения высокого уровня национальной безопасности предстоит достигнуть такие приоритетные цели (рис. 2):

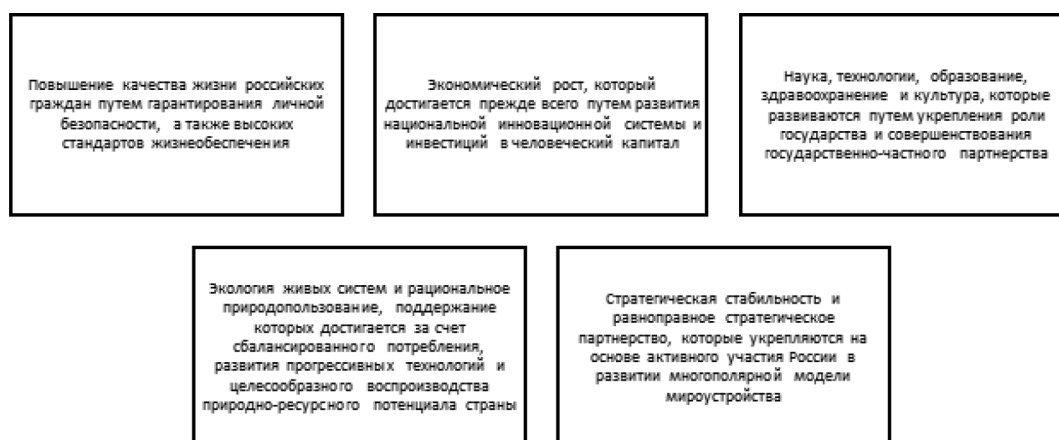


Рис. 2. Приоритеты устойчивого развития Российской Федерации

В числе вызовов экономической безопасности следует отметить следующие (рис. 3):

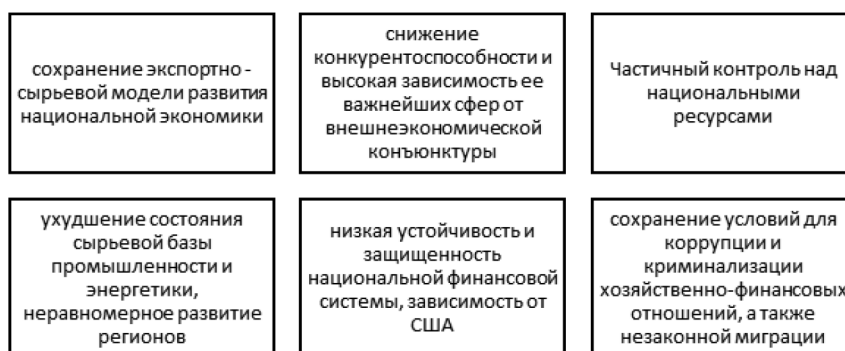


Рис. 3. Основные вызовы экономической безопасности России на долгосрочную перспективу

Итак, экономическая безопасность в современных условиях — важнейшая составляющая национальной без-

опасности, характеризующаяся защищенностью экономики от внешних и внутренних рисков.

Литература:

1. Редкоус, В.М. Экономическая функция государства и вопросы обеспечения экономической безопасности (в контексте членства Российской Федерации в Евразийском экономическом союзе) // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2021. № 1. с. 220-235.
2. Филиппова, И. А., Филиппов А. С. Основные направления системы государственного обеспечения экономической безопасности в Российской Федерации // Основы ЭУП. 2020. № 3 (22). с. 53-57.

Необходимые изменения для поддержки развития малого бизнеса в сфере информационных технологий в условиях нового времени

Григорьева Екатерина Юрьевна, студент магистратуры
Московский городской педагогический университет

В данной статье приведён анализ мер поддержки, направленных на обеспечение ускоренного развития отрасли информационных технологий в период постковидной ситуации и в условиях недружественных действий и санкционного давления иностранных государств и международных организаций на Российскую Федерацию. Приведены потери малого предпринимательства. Описаны принятые Указом Президента Российской Федерации меры поддержки предпринимательства в сфере информационных технологий. Проанализирована их доступность, выявлены трудности с получением таких мер поддержки предприятиями малого бизнеса и индивидуальными предпринимателями, предложен путь совершенствования данных мер поддержки.

Ключевые слова: малый бизнес, пандемия, санкции, меры поддержки, информационные технологии, развитие предпринимательства.

В условиях, когда эпидемиологическая ситуация серьёзно ударила по активно развивающемуся малому и среднему бизнесу, российские предприниматели столкнулись с негативными последствиями, затронувшими с начала 2020 года порядка 4,17 млн. компаний сектора МСП от общего числа 6,05 млн. Более 56% малых компаний не работало, оборот их снизился на 3,1 трлн руб. [1]. Тогда Правительством Российской Федерации были приняты меры по ограничению распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и разработан ряд мер, направленных на поддержку предпринимательства в наиболее пострадавших сферах.

В начале 2022 года были сняты «коронавирусные» ограничения, бизнес за счёт разработанных мер начал частично оправляться от последствий эпидемии, но в связи с возникшим колоссальным санкционным давлением на Российскую Федерацию со стороны недружественных стран, потребовались новые, быстрые и эффективные решения для поддержки отечественного бизнеса, в частности сектора информационных технологий.

В этой связи, Указом Президента Российской Федерации от 02.03.2022 г. № 83 были утверждены мероприятия, направленные на обеспечение ускоренного развития отрасли информационных технологий. Среди таковых — выделение ежегодно из федерального бюджета бюджетных ассигнований на осуществление грантовой поддержки перспективных разработок отечественных решений в области информационных технологий [2]. Требования к получателям данных средств и порядок получения определены действующими правилами и положениями о проведении конкурсных отборов опубликованных на сайтах операторов грантовых программ — РФРИТ, Фонд Сколково и ФСИ [3].

При этом Правительством Российской Федерации принимаются меры по консолидации и стимулированию закупок государственными и муниципальными заказчиками, а также отдельными юридическими лицами критически важных отечественных разработок в области

информационных технологий [4] и меры по упрощению порядка проведения таких закупок. Согласно данным открытых источников, в настоящее время в реестре таковых представлены разработки около 30 компаний, а процедура «входа» в реестр непрозрачна.

Помимо усиления адресной поддержки разработчиков ИТ-решений, Указом Президента определён обширный перечень мероприятий, претендовать на получение которых могут только аккредитованные Минцифры России организации, осуществляющие деятельность в области информационных технологий (далее — аккредитованные компании). Среди таковых мероприятий — освобождение от уплаты налога на прибыль и проверок контрольными органами на три года, льготные кредиты на продолжение работы и новые проекты по ставке до 3%, отсрочки действующим сотрудникам ИТ-компаний в возрасте до 27 лет от призыва на военную службу и программы льготной ипотеки, выделение средств на улучшение жилищных условий сотрудников, повышение зарплат, упрощенное трудоустройство иностранных кадров, налоговые льготы и преференции для разработчиков отечественного ПО и получателей доходов от рекламы.

При этом существуют ограничения по видам экономической деятельности (кодам ОКВЭД) ИТ-компаний, претендующих на получение государственной аккредитации. В реестр аккредитованных компаний в сфере информационных технологий могут быть включены только те компании, основная деятельность которых определена следующими кодами ОКВЭД: 62.01, 62.02, 62.02.1, 62.02.4, 62.03.13, 62.09, 63.11.1 [5].

Подача заявок заявителями на включение в реестр аккредитованных компаний происходит в электронной форме через портал Госуслуги [6]. При достаточной скорости рассмотрения ведомством (Минцифры России) заявок на включение в реестр аккредитованных компаний — срок обработки заявлений не превышает 1 дня, компании-заявители сталкиваются со следующими сложностями: создать учётную запись юридического лица на портале Госуслуги возможно только из подтверждённой учётной записи

физического лица — руководителя организации или его доверенного лица, для чего требуется предварительное приобретение в аккредитованном Минцифры России удостоверяющем центре квалифицированной электронной цифровой подписи юридического лица. При этом есть риск, что если квалифицированный сертификат ключа проверки электронной подписи был приобретён на имя другого сотрудника организации, то эта проверка не будет пройдена и регистрация кабинета юридического лица на портале Госуслуги будет невозможна [7]. Применение электронной подписи для регистрации учётной записи юридического лица обусловлено необходимостью проверки личности руководителя путём сопоставления данных руководителя, использованных для регистрации на портале Госуслуги, со сведениями, содержащимися в Едином государственном реестре юридических лиц (ЕГРЮЛ).

Наличие статуса аккредитованной компании не является единственным требованием к претендентам на полу-

чение вышеуказанных мер поддержки: льготы положены только тем аккредитованным компаниям, ИТ-деятельность которых должна приносить не менее 90% от общего числа доходов, а численность сотрудников составлять не менее 7 человек [8].

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого предпринимательства [9], из 46423 юридических лиц, осуществляющих деятельность в области информационных технологий по видам, соответствующим требованиям к ОКВЭД, только 8,53% могут воспользоваться вышеуказанными мерами поддержки, так как имеют среднюю списочную численность сотрудников более 7 человек, остальные 91,47% имеют штат сотрудников менее 7 человек и претендовать на получение вышеуказанных мер поддержки не могут, среди таковых это микро- и малые компании и компании не являющиеся субъектами малого предпринимательства; данные из реестра за 2021 год представлены в таблице 1.

Таблица 1. Распределение количества субъектов малого предпринимательства — юридических лиц по категориям и видам экономической деятельности, с указанием количества субъектов предпринимательства и средней списочной численности сотрудников в каждой категории

Вид экономической деятельности (код ОКВЭД)	Юридические лица								Всего
	Микро		Малые		Средние		Не СМП		
	Кол-во субъектов	Среднее кол-во сотрудников	Кол-во субъектов	Среднее кол-во сотрудников	Кол-во субъектов	Среднее кол-во сотрудников	Кол-во субъектов	Среднее кол-во сотрудников	
63.11.1	4955	4	591	31	38	118	62	2	5646
62.09	7065	3	518	32	26	97	102	2	7711
62.03.13	87	5	6	35	-	-	2	0	95
62.02.4	27	4	1	3	-	-	-	-	28
62.02.1	55	3	3	42	-	-	-	-	58
62.02	5997	3	364	31	16	101	58	2	6435
62.01	23785	4	2258	36	139	135	268	2	26450
Итого	41971	-	3741	-	219	-	492	-	46423

Также в Едином реестре субъектов малого предпринимательства из 135605 субъектов предпринимательства, осуществляющих экономическую деятельность по вышеуказанным видам, 89182 — это более 65,8% от общего числа, являются индивидуальными предпринимателями, которые, согласно предъявляемым требованиям к видам экономической деятельности, могли бы войти в реестр аккредитованных компаний, но не имеют права претендовать на получение вышеуказанных мер поддержки так как не являются юридическими лицами; данные реестра за 2021 год представлены в таблице 2.

Исходя из вышеизложенного, потенциальными получателями новых мер поддержки могут быть только 3059 из 135605 субъектов малого и среднего предпринимательства, что составляет 3% от их общего числа, но это могут

быть только юридические лица и при условии получения ими статуса аккредитованных организаций, что в целом существенно ограничивает возможности малых компаний быть поддержанными в условиях кризиса, связанного с эпидемиологической обстановкой и применением недружественными Российской Федерации странами Европейского союза экономических санкций.

Индивидуальные предприниматели и компании, ведущие деятельность в области информационных технологий по другим видам классификации экономической деятельности, могут быть претендентами на получение грантовой поддержки, где отсутствуют ограничения об обязательном наличии статуса аккредитованной компании, а требования к среднесписочной численности со-

Таблица 2. Количество субъектов малого предпринимательства — индивидуальных предпринимателей видам экономической деятельности и категориям

Вид экономической деятельности (код ОКВЭД)	Индивидуальные предприниматели			
	Микро	Малые	Не СМП	Всего
63.11.1	4396	15	99	4510
62.09	12480	29	350	12859
62.03.13	172	-	6	178
62.02.4	92	-	5	97
62.02.1	153	-	8	161
62.02	14633	12	-	14645
62.01	54895	49	1788	56732
Итого	86821	105	2256	89182

трудников предъявляются в зависимости от положений той или иной программы грантовой поддержки.

В целях поддержки развития отрасли информационных технологий предлагается расширить перечень потенциальных получателей мер государственной поддержки и пересмотреть «пороги входа» для субъектов малого бизнеса — а именно микропредприятий и малых компаний. Одним из таких решений могло бы стать изменение требований к среднесписочной численности

сотрудников организаций, являющимися субъектами малого предпринимательства, в сторону их уменьшения с 7 человек до 3, в соответствии со средними для данных видов экономической деятельности показателями. Также предлагается рассмотреть возможность предоставления аналогичных льгот индивидуальным предпринимателям, осуществляющих деятельность в области информационных технологий в соответствующих сферах.

Литература:

1. Уполномоченный при Президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей. МСП/ПОСТ-КОВИД. Время для системных решений: специальный доклад Президенту Российской Федерации, июль 2020: официальный сайт — Москва, 2022. — Текст: электронный // Экспертный центр при Уполномоченном и общественный представитель Уполномоченного при Президенте РФ по защите прав предпринимателей по вопросам малого и среднего бизнеса/Институт экономики роста им. П. А. Столыпина. — 2020 URL: <http://doklad.ombudsmanbiz.ru/2021/7.pdf>/(дата обращения 14.04.2022).
2. Указ Президента Российской Федерации от 2 марта 2022 г. № 83 «О мерах по обеспечению ускоренного развития отрасли информационных технологий».
3. Минцифры России. ИТ-Гранты: официальный сайт. — Москва, 2022. — URL: <http://ит-гранты.рф> (дата обращения 20.04.2022).
4. Федеральный закон от 26 июля 2017 г. № 187-ФЗ «О безопасности критической информационной инфраструктуры».
5. Приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 21 октября 2021 г. № 1085 «Об утверждении Административного регламента предоставления Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации государственной услуги по государственной аккредитации организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий».
6. Минцифры России. Единая система идентификации и аутентификации. Руководство пользователя. Версия 2.64: официальный сайт — Москва, 2022. — URL: <http://digital.gov.ru/ru/documents/6182/>(дата обращения 20.04.2022).
7. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 июня 2021 г. № 929 «Об утверждении Положения о государственной аккредитации организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий».
8. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 265-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации».
9. Единый реестр субъектов малого предпринимательства: официальный сайт. — Москва, 2022. — URL: <http://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения 20.04.2022).

Место разрешительного порядка осуществления внешнеэкономических операций в системе экспортного контроля

Димов Никита Павлович, студент

Научный руководитель: Левинская Елена Васильевна, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

Статья посвящена государственному контролю товаров и технологий, которые могут быть применены в ходе создания оружия массового поражения либо подготовки к организации террористических актов. Автором были рассмотрены правовые аспекты экспортного контроля на уровне законодательства Российской Федерации. Кроме этого, изучен механизм контроля за перемещением продукции, подлежащей экспортному контролю.

Ключевые слова: экспортный контроль, Россия, государственная экспертиза, Российская Федерация, внешнеэкономическая сделка, генеральная лицензия.

Внешняя торговля представляет собой одну из важнейших составляющих экономического процветания страны. Именно она открывает странам с любым уровнем развития возможности для наполнения внутреннего рынка продукцией, необходимой для народного потребления. Вместе с тем, она скрывает в себе большое количество угроз, которые способствуют дестабилизации политической обстановки внутри страны, а в некоторых случаях наносят существенный урон ее экономическому, а также оборонительному потенциалу. Отсутствие эффективного механизма государственного контроля за внешней торговлей товарами и технологиями, которые могут быть использованы для подобных целей, а также для разработки оружия массового поражения, может повлечь разрушительные последствия.

В связи с этим, возникает острая необходимость регулирования данной области внешнеторговой деятельности как в мировом масштабе, так и на уровне национального законодательства. Наиболее эффективным методом противодействия незаконному перемещению продукции двойного назначения со стороны государства выступает экспортный контроль.

Статьей 7 ТК ЕАЭС определено, что вопросы соблюдения мер экспортного контроля, в том числе в отношении продукции военного назначения, относятся к ведению законодательства стран-участниц Союза [1].

На уровне законодательства Российской Федерации основополагающим нормативно-правовым актом в данной области является Федеральный закон от 18.07.1999 № 183-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «Об экспортном контроле». Данным законом определяются полномочия органов власти и госкорпораций, права, обязанности и ответственность российских лиц, ведущих внешнеэкономические операции с товарами и технологиями, которые могут быть применены в ходе создания оружия массового поражения или подготовки террористических актов [2].

Необходимо подчеркнуть, что, в соответствии со статьей 11 Федерального закона уполномоченным федеральным органом исполнительной власти (далее — ФОИВ)

является Федеральная служба по техническому и экспортному контролю — ФСТЭК России. К полномочиям этого государственного органа входит межведомственное взаимодействие с иными органами власти, а также информирование участников ВЭД о особенностях и порядке осуществления внешнеэкономических сделок с контролируруемыми товарами и технологиями [9]. Руководство деятельностью ФСТЭК России осуществляет Президент Российской Федерации.

Ключевым методом реализации экспортного контроля выступает разрешительный порядок перемещения товаров через таможенную границу. Согласно законодательству Российской Федерации, существуют следующие разновидности разрешительных документов:

1. Лицензия ФСТЭК России на ввоз или вывоз товаров, информации, результатов интеллектуальной деятельности (прав на них), услуг, работ (разовая или генеральная).

Разовая лицензия дает право участнику ВЭД осуществить одну внешнеэкономическую сделку с товарами и технологиями в срок до 1 года. В ней указывается количество передаваемой продукции, страна конечного пользования, наименование отправителя и получателя [7].

Генеральная лицензия может быть получена участником ВЭД лишь на внешнеторговые поставки с определенной категорией подконтрольной продукции и определением ее предельного количества (для товаров) и объема технологий, планируемых к передаче иностранному лицу (для технологий), страны конечного пользования без указания наименования конечного пользователя. Примечательно, что генеральную лицензию может получить только участник ВЭД, имеющий внутреннюю программу экспортного контроля (далее — ВПЭК) [6].

В качестве примера можно привести АО «НПО Энергомаш имени академика В.П. Глушко», которое входит в структуру Государственной корпорации по космической деятельности «Роскосмос». Данное предприятие занимается производством жидкостных ракетных двигателей РД-180 (код ТН ВЭД ЕАЭС — 8412100009), которые экспортируются за пределы территории РФ.

Данная продукция входит в Контрольный список, утвержденный Указом Президента РФ от 08.08.2001 № 1005 «Об утверждении Списка оборудования, материалов и технологий, которые могут быть использованы при создании ракетного оружия и в отношении которых установлен экспортный контроль».

Исходя из Реестра аккредитованных российских участников ВЭД (госаккредитация ФСТЭК действует 5 лет), создавших ВПЭК, АО «НПО Энергомаш имени академика В. П. Глушко» (дата окончания аккредитации: 15.03.2024) имеет такую программу, вследствие чего может претендовать на получение генеральной лицензии [8].

Решение о выдаче генеральной лицензии принимается Правительством РФ.

2. Заключение о применении мер нетарифного регулирования.

Данный документ представляет собой идентификационное заключение, в соответствии с которым подтверждается или опровергается отнесение товара, подвергнутого идентификационной экспертизе, к объектам экспортного контроля.

3. Разрешение Комиссии по экспортному контролю Российской Федерации.

Данный вид разрешительного документа может быть получен российским лицом для целей временного вывоза контролируемой продукции за пределы территории РФ без ее передачи иностранному лицу, с последующим возвратом на территорию страны. Кроме этого, участник ВЭД обязан получить разрешение в рамках одной внешнеэкономической сделки с иностранным лицом, которая, согласно статье 20 ФЗ № 183, является объектом всеобъемлющего контроля [9].

4. Заключение независимой идентификационной экспертизы.

В целом, прежде чем осуществить внешнеэкономические операции с контролируемыми товарами и технологиями, российскому лицу необходимо пройти 2 этапа:

1. Проведение идентификационной экспертизы.

В соответствии с законодательством РФ, идентификация является обязанностью участника ВЭД, так как в идентификационном заключении указывается, относится ли объект экспертизы к спискам контролируемой продукции, подлежащей экспортному контролю.

Идентификационная оценка осуществляется экспертными центрами в рамках независимой идентификационной экспертизы (центры имеют государственную аккредитацию во ФСТЭК России), и в этом случае ее результатом будет получение участником ВЭД идентификационного заключения.

В соответствии с Приказом Федеральной службы по техническому и экспортному контролю от 26.04.2005 г. № 151, ведомством также может проводиться идентификационная оценка, в результате которой заявителю выдается заключение о применении мер нетарифного регулирования (справка). Заключение состоит из трех частей: вводной, исследовательской и вывода [5].

В случае если в ходе идентификационной экспертизы установлено, что внешние признаки, а также технические характеристики и свойства товаров или технологий совпадают с позициями контрольных списков, это является поводом для осуществления государственной экспертизы внешнеэкономической сделки. Правила ее осуществления установлены Постановлением Правительства РФ от 16.04.2001 № 294 (ред. от 23.10.2014) «Об утверждении Правил проведения государственной экспертизы внешнеэкономических сделок с товарами, информацией, работами, услугами и результатами интеллектуальной деятельности (правами на них), в отношении которых установлен экспортный контроль». Целью данной процедуры является исполнение международных обязательств России в области экспортного контроля (не передавать товары и технологии, которые могут быть использованы в создании оружия массового поражения и средств его доставки, не поощрять производства соответствующих технологий, контроль за перемещением контролируемых технологий).

Пункт 2 Постановления гласит, что государственная экспертиза в отношении товаров экспортного контроля не распространяется на сделки с продукцией военного назначения (ПВН).

Оценка проводится на основании документов, которые представил российский участник ВЭД во ФСТЭК России для получения лицензии или разрешения Комиссии по экспортному контролю. Государственная экспертиза проводится постоянно действующими межведомственными экспертными группами, образуемыми при ФСТЭК по соответствующим направлениям науки, техники и технологии.

Формирование группы специалистов ведется ФСТЭК России на в соответствии с поступившими предложениями заинтересованных ФОИВ и Государственной корпорации «Росатом». В состав группы входит не менее двух сотрудников от каждого органа и «Росатома», причем один из них является экспертом на регулярной основе, а другой заменяет его на период отсутствия.

После этого происходит утверждение заключения, которое является основанием для выдачи или отказа в выдаче разрешительного документа [4].

Государственная экспертиза внешнеэкономической сделки занимает важнейшее место в системе экспортного контроля, так как от ее проведения и ее результатов зависит, будет ли в целом такая сделка осуществлена. Но, прежде чем провести такую экспертизу, российским участником ВЭД должно быть подтверждено, что продукция является объектом экспортного контроля (по результатам идентификационной экспертизы).

2. Таможенный контроль при совершении таможенных операций в отношении ввозимых или вывозимых контролируемых товаров и технологий.

Таможенный контроль осуществляется на стадии декларирования товара. Согласно Письму ФТС России от 16.12.2015 № 01-11/62618

«О методических рекомендациях», соблюдение запретов и ограничений при помещении под таможенные процедуры продукции, имеющей признаки контролируемой, соблюдение мер в сфере экспортного контроля заявляется путем проставления во втором подразделе графы 33 декларации на товары буквы «С» и подтверждается представлением документов, на основании которых им заявлены такие сведения [3].

Таким образом, меры экспортного контроля играют значительную роль в системе запретов и ограничений внешнеторговой деятельности. Российской Федерацией, как гарантом соблюдения международной безопасности, установлены строгие законодательные рамки в области осуществления внешнеторговых операций с контролиру-

емой продукцией и технологиями, что полностью исключает вероятность их незаконного перемещения через таможенную границу.

Основополагающим элементом в данной системе выступает разрешительный порядок осуществления внешнеэкономических сделок с объектами экспортного контроля. Его реализация в значительной степени снижает вероятность нарушения российского законодательства. Это связано с тем, что при проведении всестороннего анализа учитываются особенности таких сделок: страна конечного пользования, конкретный получатель, а также возможное участие в правонарушениях российским участником ВЭД.

Литература:

1. «Таможенный кодекс Евразийского экономического союза» (ред. от 29.05.2019) (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза).
2. Общие положения — ФСТЭК России: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fstec.ru/eksportnyj-kontrol/obshchaya-informatsiya/94-obshchaya-informatsiya/301-obshchie-polozheniya>
3. Письмо ФТС России от 16.12.2015 № 01-11/62618 «О методических рекомендациях».
4. Постановление Правительства РФ от 16.04.2001 № 294 (ред. от 23.10.2014) «Об утверждении Правил проведения государственной экспертизы внешнеэкономических сделок с товарами, информацией, работами, услугами и результатами интеллектуальной деятельности (правами на них), в отношении которых установлен экспортный контроль».
5. Приказ ФСТЭК России от 26.04.2005 № 151 «Об организации в Федеральной службе по техническому и экспортному контролю работы по выдаче заключений о применении мер нетарифного регулирования при осуществлении внешнеэкономической деятельности».
6. Процедура получения генеральной лицензии — ФСТЭК России: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fstec.ru/statistika/80-deyatelnost/tekushchaya/litsenzionnaya-deyatelnost/eksportnyj-kontrol/protsess-prinyatiya-resheniya/248-protsedura-polucheniya-generalnoj-litsenzii>
7. Процедура получения разовой лицензии — ФСТЭК России: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fstec.ru/eksportnyj-kontrol/litsenzirovanie/80-protsess-prinyatiya-resheniya/249-protsedura-polucheniya-razovoj-litsenzii>
8. Сведения из Реестра аккредитованных российских участников внешнеэкономической деятельности — ФСТЭК России: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fstec.ru/eksportnyj-kontrol/vnutrifirmennye-programmy/1161-svedeniya-iz-reestra-akkreditovannykh-organizatsij>
9. Федеральный закон от 18.07.1999 № 183-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «Об экспортном контроле».

Управление конкурентоспособностью предприятий курортно-туристского комплекса (на примере Краснодарского края)

Зыгарь Серафима Владимировна, студент магистратуры
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

В данной статье автором кратко обозначено понятие «конкурентоспособности предприятия», а также определена её роль при реализации туристической услуги. Кроме того, рассмотрены конкурентные преимущества и описаны недостатки курортно-туристических комплексов Краснодарского края по сравнению с зарубежными курортными территориями. Проведен анализ туристического потока за последние пять лет курортных городов Кубани.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, управление конкурентоспособностью, анализ, туристические услуги, туристический поток.

Management of competitiveness of enterprises resort and tourist complex (by example Krasnodar Krai)

In this article, the author briefly defines the concept of «enterprise competitiveness», and also defines its role in the implementation of tourist services. In addition, the competitive advantages and disadvantages of the resort and tourist complexes of the Krasnodar Territory in comparison with foreign resort territories are considered. The analysis of the tourist flow over the past five years of the resort cities of Kuban has been carried out.

Keywords: competition, competitiveness of the enterprise, competitiveness management, analysis, tourist services, tourist stream.

В нынешних реалиях основной стратегической целью любого предприятия является достижение и удержание конкурентных преимуществ. Обязательным условием для определения права на существование какого-либо туристского предприятия, является конкурентная борьба, которая дает возможность выделить из большого количества предприятий лидеров рынка. Способность туристского предприятия производить действительно качественные и актуальные в настоящее время туристические товары и услуги, востребованные населением, считается преимуществом перед аналогичными предприятиями.

В связи с этим, принять обоснованное решение в пользу повышения конкурентоспособности отдельно взятого туристского предприятия следует на основании тщательного изучения конкурентов. Чтобы выявить сильные и слабые стороны конкурентов, следует правильно оценить потенциал конкурентов, а также их цели и стратегии. Благодаря данным, полученных в ходе изучения конкурентов, в перспективе можно сконцентрироваться и расширить свои собственные преимущества на тех направлениях, на которых конкурент имеет слабую позицию.

Конкурентоспособность является сложным и многогранным понятием, включающее в себя такие аспекты предприятия, как продукт предприятия и его основные характеристики, в состав которых входят: актуальность технологии производства и качество продукта, а также доступность для конечных потребителей данного продукта. Кроме того, многогранность конкурентоспособности обусловлена и другими факторами: цена, продажа каналов доставки, маркетинг, обслуживание. На данный момент

среди авторов, которые занимаются этимологией понятия конкурентоспособности предприятия или товаров, не существует единого мнения в отношении понятия «конкурентоспособность предприятия». Именно поэтому существует огромное количество трактовок этого понятия. Тем не менее, данные определения характеризуют положение самого предприятия на рынке по отношению к конкурентам, а также его способность достойно с ним конкурировать. Определение конкурентоспособности, которое базируется, на внутренней и внешней деятельности предприятия дал отечественный доктор экономических наук Блинов А.О.: «Под конкурентоспособностью предприятия мы понимаем способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей» [1]. Одним из наиболее популярных определений конкурентоспособности в российской экономической литературе является определение, которое было предложено Р.А. Фатхутдиновым. Данный автор в свою очередь обозначил, что, конкурентоспособность является свойством объекта, которое характеризуется степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке [4].

Следует отметить, что большинство подходов к определению понятия и содержания категории конкурентоспособности предприятия можно охарактеризовать следующим утверждением: объект, способный предоставить гарантированную прибыль является конкурентоспособным объектом. В этой связи, задача повышения конкурентоспособности предприятия отождествляется с за

дачей повышения эффективности его функционирования, где эффективность является соотношением результатов и функционирования поставленной конечной цели предприятия. Для достижения данной цели предприятия стоит выполнить совокупность определенных мер по систематическому совершенствованию товара или услуг, кроме того, необходимо осуществлять постоянный поиск новых каналов сбыта туристического товара или услуги.

На сегодняшний день Краснодарский край можно с уверенностью назвать одним из лидеров по числу туристских прибытий в России. По информационным данным пресс-службы краевой администрации с начала 2021 года Краснодарский край посетили свыше 12,4 миллиона туристов. Следует отметить, что только с июня по август 2021 года туристический поток в курортах региона составил 8,9 миллиона отдыхающих, а это в пол-

тора раза больше, чем за аналогичный период ковидным летом 2020 года. Больше всего туристов за год принял курортный город Сочи. По данным администрации края в данном курортном городе отдохнули с января по август 4,5 миллионов человек. Анапа является второй в списке по популярности среди Черноморских городов Кубани в 2021 году, город посетили 2,5 миллиона отдыхающих. На третьем месте — Геленджик, который посетили почти 2,3 миллиона человек. Также следует отметить, что среди посещаемых территорий региона отметились Туапсинский район (771 тысяч туристов) и Новороссийск (448 тысяч туристов). Среди тех направлений, которые были менее популярны у туристов, оказались города Азовского побережья (Ейск, Приморско-Ахтарск, Темрюк, Славянский район). В совокупности данные районы посетили 948 тысяч человек (рис. 1).

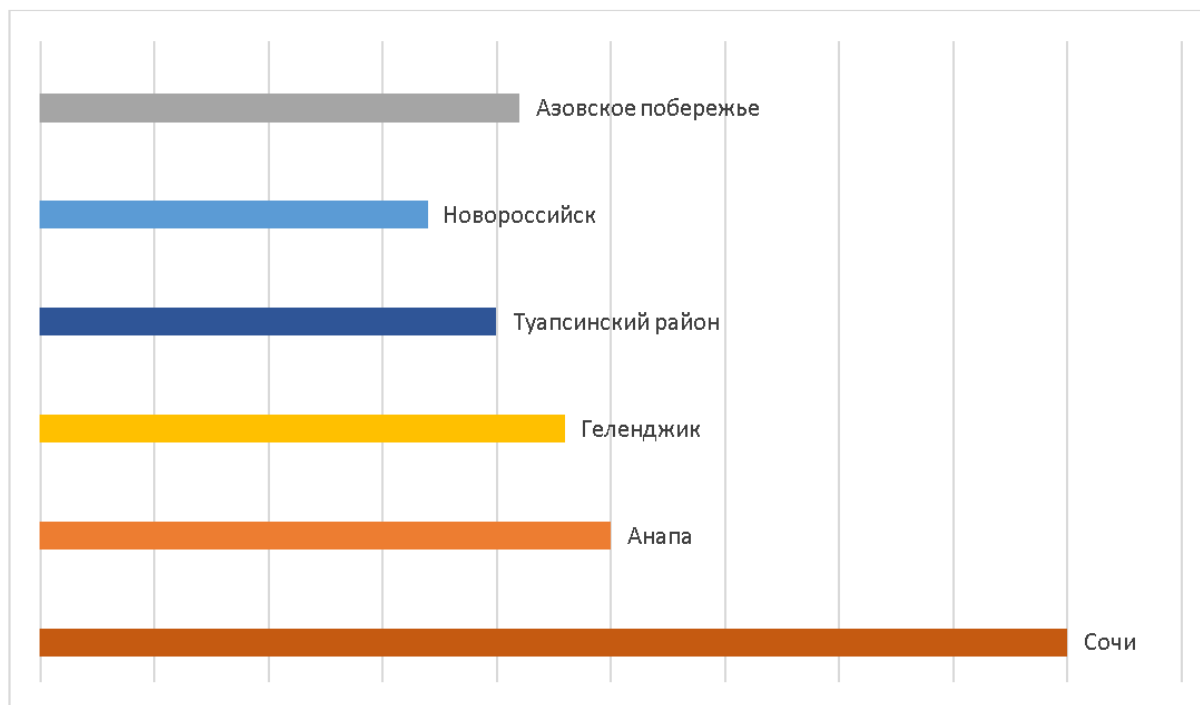


Рис. 1. Туристический поток курортов Краснодарского края [3]

В целом, можно отметить, что туристический поток курортов Кубани за период с января по август 2021 года сократился более чем на 8% по сравнению с допандемийным 2019 годом. Тогда курорты Краснодарского края посетили более 13, 5 миллионов человек. В 2018 году туристический поток превысил 17 миллионов человек, а в 2017 году на курортах Кубани отдохнули около 16 миллионов человек (рис. 2).

Во время текущей пандемии конкуренция между ближайшими зарубежными и отечественными курортами усилилась. Основными конкурентами отечественных курортов стали: Турция и Египет, которые в свою очередь были нацелены именно на российских отдыхающих. И несмотря на то, что существует высокая конкуренция среди Черноморских курортов, Краснодарский край представ-

ляет собой фактически единственное в России приморское бальнеологическое, а также курортно-рекреационное место отдыха для отечественных туристов, что является одним из важнейших преимуществ. В свою очередь, Кубанские курорты в зависимости от сезона готовы предоставить широкий спектр услуг разной ценовой категории. Стоит отметить, что Краснодарские курорты по сравнению с мировыми курортами привлекают туристов своей низкой ценовой политикой на санитарно-курортное лечение. Кроме того, существует возможность использовать всевозможные сочетания природных лечебных факторов (лечебная грязь, минеральная вода, климат), а вместе с тем в лечении применяются всемирно признанные лечебные методики. Край обладает экономически стабильной и безопасной ситуацией в регионе, многообразием туристических мест и объ-

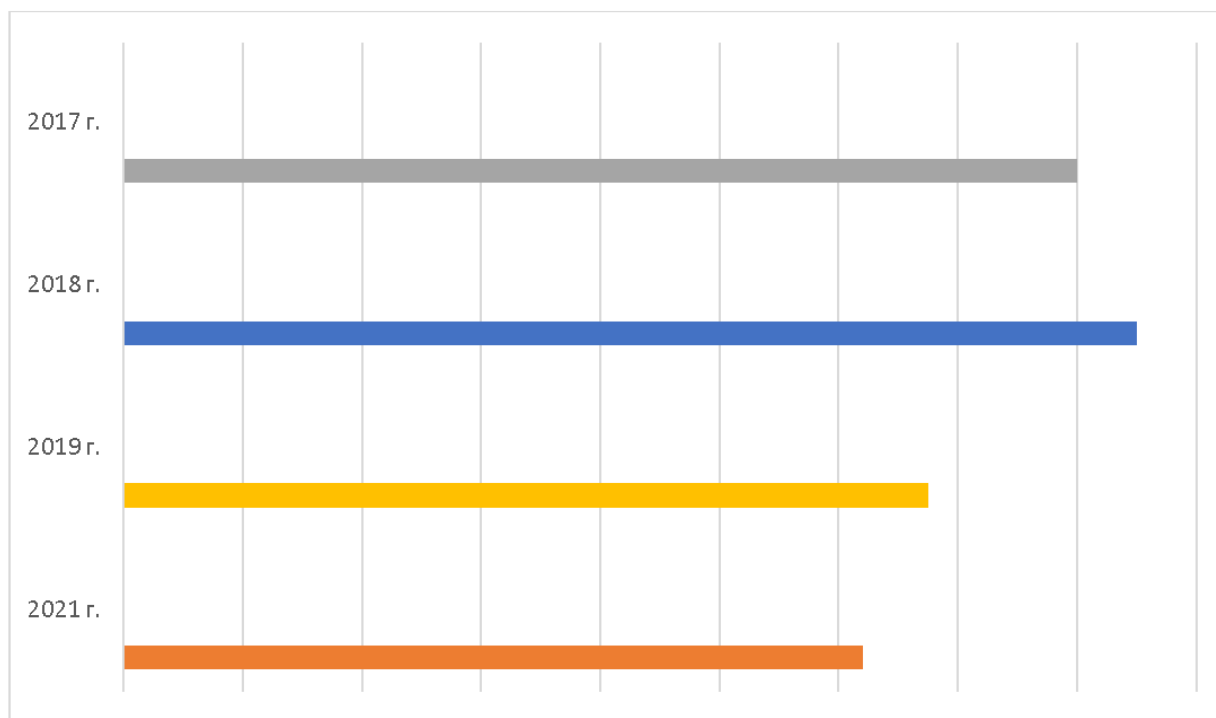


Рис. 2. Количество туристов Краснодарского края в зависимости от года [3]

ектов, а организация охоты и рыбалки для иностранных туристов становится дополнительным привлекающим фактором. Еще одним из немаловажных преимуществ отдыха на Краснодарских курортах для россиян является безопасность. Гражданин Российской Федерации в случае травмы или обострения хронического заболевания имеет возможность получить бесплатную медицинскую помощь на основании полюса обязательного медицинского страхования либо дополнительную помощь по программе добровольного медицинского страхования. Туристам предлагаются полюсы добровольного медицинского страхования при поселении или же при продаже туристической путевки. Также следует учитывать, что большинство санитарно-курортных и оздоровительных предприятий Краснодарского края ведут свою деятельность по системе «все включено», предлагающая в свою очередь проживание, разовое питание, медицинские услуги.

Несмотря на все вышеизложенные достоинства курортов Кубани отдыхающие в этом году на Черноморском побережье выявили ряд проблем:

1) Соотношение цены и качества сервиса. Большинство туристов неприятно удивил уровень предоставленного сервиса в отелях. Помимо высокой цены за проживание отдыхающим приходилось доплачивать за многие другие услуги. Кроме того, стоит отметить, что Сочинские отели категории 4-5 звезд сильнее всего подняли цены. Был зафиксирован рост на уровне 70-90%, также в ряде объектов цена за номер в сутки повысилась вдвое, чем за аналогичный период 2019 года.

2) Неадекватные цены. Ценовая политика на развлечения и еду на Черноморском побережье сильно была

завышена. Поступали жалобы от отдыхающих, что несмотря на высокие цены, качество блюд и уровень сервиса в ресторанах и кафе оставляли желать лучшего.

3) Экологическая проблема. Антисанитария, а также разлившаяся по улицам канализация привели к массовым заболеваниям ротавирусом. Канализацию сливали прямо к месту отдыха туристов, а количество больных в Краснодарском крае превысило все разумные пределы.

4) Ковидные ограничения. В связи с эпидемиологической ситуацией в стране и мире администрация Краснодарского края решила ужесточить правила въезда в регион. На территорию курортов могли попасть только привитые граждане. По этой причине туристы массово начали отказываться от поездки на Черноморское побережье.

Из-за эпидемиологической обстановки в стране и мире границы с другими странами были вынуждено закрыты на продолжительное время. Данная ситуация спровоцировала мировой экономический кризис. В следствии этого внутренний туризм стал основным в стране, что повлекло за собой бешенный спрос на туристические направления Черноморского побережья. Также стоит отметить, что данная обстановка стала причиной нездоровой конкурентной борьбы среди курортно-туристических комплексов Краснодарского края, что подтверждается неадекватным ростом цен на туристические услуги в этом году, при этом само качество услуг остались на низком уровне. Таким образом, исходя из проведенного анализа, мы можем прийти к такому выводу, что на сегодняшний день несмотря на все преимущества и достоинства курортов Кубани, стоит обратить внимание на недостаточно

качественный сервис туристических услуг. Нехватка кадров с профессиональным образованием является причиной несоответствия «цены-качество» в отелях, кроме того, данный фактор влияет на качество и высокую стоимость услуг предприятий общественного питания. Следовательно, данные обстоятельства в целом влияют на конкурентоспособность курортно-туристических предприятий.

имостью услуг предприятий общественного питания. Следовательно, данные обстоятельства в целом влияют на конкурентоспособность курортно-туристических предприятий.

Литература:

1. Блинов, А. О. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности / А. О. Блинов, В. Я. Захаров // Менеджмент в России и за рубежом. — 2003. — № 4. — с. 20-24.
2. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина — Екатеринбург: Изд-во Урал Ун-та, 2014. — 194 с.
3. Туристская статистика Краснодарского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kuban. rbc. ru/krasnodar/03/09/2021/6131ca1e9a794703367a50a2>
4. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. — М.: Эксмо, 2004. — 544 с.
5. Шарафутдинова, Н. С. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие / Н. С. Шарафутдинова, Р. Б. Палякин. — Москва: РУСАЙНС, 2017. — 132 с.

Особенности осуществления таможенного контроля после выпуска товаров в рамках функционирования Евразийского экономического союза

Карастоянова Анастасия Викторовна, студент

Научный руководитель: Карева Ольга Николаевна, кандидат химических наук, доцент
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассмотрены особенности применения таможенного контроля после выпуска товаров в странах-участницах Евразийского экономического союза; определены основные направления совершенствования согласно Стратегии развития ФТС России до 2030 г.; изучена нормативно-правовая база; обозначено место таможенного контроля после выпуска товаров в системе государственного контроля и таможенного контроля, в частности; рассмотрены формы таможенного контроля при осуществлении пост-контроля в рамках ЕАЭС.

Ключевые слова: таможенный контроль после выпуска товаров, Евразийский экономический союз, таможенная проверка, таможенное законодательство.

Согласно Стратегии развития ФТС России до 2030 г., приоритетом в развитии таможенной деятельности страны выступает создание и совершенствование информационной базы и программных средств и технологий, обеспечивающих автоматизацию таможенных операций и таможенного контроля, в том числе после выпуска товаров.

Таможенный контроль после выпуска товаров (далее — ТКПВТ) — совокупность совершаемых таможенными органами действий, направленный на проверку сведений, подтверждающих факт выпуска товаров, при наличии оснований полагать, что товары были ввезены на таможенную территорию и находятся на ней с нарушением международных договоров и актов в сфере таможенного регулирования. Таможенный контроль после выпуска товаров осуществляется уполномоченными структурными подразделениями таможенных органов после помещения товара под ту или иную таможенную процедуру. С помощью осуществления таможенного контроля после выпуска товаров таможенные органы выполняют

фискальную, защитную и регулирующие функции. Это свидетельствует о том, что таможенный контроль после выпуска товаров является одним из элементов системы таможенного контроля товаров в ЕАЭС и занимает в ней существенное место. Таможенный контроль после выпуска товаров проводится с целью минимизации риска несоблюдения декларантами таможенного законодательства ЕАЭС и сокращения сроков проведения первичного таможенного контроля.

Сущность таможенного контроля после выпуска товаров заключается в:

— смещении акцента с первичного таможенного контроля на таможенный контроль после выпуска для обеспечения благоприятных условий развития участникам ВЭД (сокращение сроков первичного таможенного контроля позволяет участникам ВЭД минимизировать материальные таможенные издержки и устанавливать для иностранных и российских покупателей более конкурентоспособные цены на товары);

— сокращении времени нахождения товаров и транспортных средств международной перевозки в пограничных пунктах пропуска, что повышает эффективность деятельности российских таможенных органов;

— повышении эффективности фискальной функции таможенных органов путём доначисления таможенных платежей в доходную часть государственного бюджета;

— выявлении способов уклонения участниками ВЭД от уплаты таможенных платежей путём мониторинга и анализа таможенных документов и сведений и т. д.

Так, например, за 9 месяцев 2021 г. было проведено 1400 таможенных проверок и были достигнуты следующие результаты:

— доначислено денежных средств — 18,9 млрд. руб.

— взыскано денежных средств — 10,4 млрд. руб.

— средняя сумма доначислений по результатам одной таможенной проверки составила 13,52 млн. руб.

Представленные статистические данные подтверждают факт того, что ТКВПТ достаточно успешно функционирует в рамках Союза и эффективно выполняет, в первую очередь, фискальную функцию.

Нормативно-правовая база осуществления ТКВПТ в ЕАЭС

Таможенный контроль после выпуска товаров в Российской Федерации осуществляется с помощью различного рода нормативных правовых документов (далее — НПД), которые имеют следующие статусы:

— международные договоры и соглашения Российской Федерации с иностранными государствами;

— нормативно-правовые акты, которые действуют в рамках функционирования ЕАЭС;

— национальные нормативно-правовые документы, которые действуют только на территории нашей страны.

В качестве первого примера международного НПД, который применяется для регулирования таможенного контроля после выпуска товара, является Международная конвенция от 18.05.1973 «Об упрощении и гармонизации таможенных процедур». В Главе 2 данного НПД дается международное понятие таможенного контроля на основе методов аудита, что подразумевает под собой применение мер, позволяющих таможенным органам убедиться в том, что сведения о товарах, заявленные в ЭДТ, являются до-

стоверными. В пункте 5 Приложения II упоминается «запрос на проведение post facto контроля, который по сути является таможенным контролем после выпуска товаров».

В качестве примера НПД, который применяется только в ЕАЭС при регулировании таможенного контроля после выпуска товаров, можно привести Договор от 29.05.2014 «О Евразийском экономическом союзе». Не смотря на то, что в нем не содержится алгоритм осуществления таможенного контроля после выпуска товаров, Договор «О Евразийском экономическом союзе» предусматривает унифицирование порядка осуществления таможенного контроля на всем пространстве ЕАЭС, в том числе порядка таможенного контроля после выпуска товаров.

Основным национальным НПД, который применяется в Российской Федерации для регулирования таможенного контроля после выпуска товаров, является Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Данный НПД регламентирует отдельные вопросы, связанные с осуществлением таможенного контроля после выпуска товаров, например, порядок проведения таможенного контроля после выпуска товаров, которые подпали под условный выпуск.

Формы таможенного контроля, применяемые в рамках ТКВПТ

Проанализировав положения ТК ЕАЭС в вопросах проведения таможенного контроля после выпуска товаров было установлено, что основными формами таможенного контроля после выпуска товаров являются камеральная и выездная таможенная проверка.

На основании положений ТК ЕАЭС камеральная таможенная проверка подразумевает под собой изучение и анализ сведений после выпуска товара, которые содержатся в ЭДТ, а также в сопроводительных документах к ней, и в ведении иных уполномоченных федеральных органов исполнительной власти (далее — ФОИВ). Камеральная таможенная проверка осуществляется по месту нахождения таможенного органа без выезда к проверяемому лицу и выявления круга проверяемых лиц.

Основные отличия камеральной таможенной проверки от выездной представлены в таблице 1.

Таблица 1. Основные отличия камеральной таможенной проверки от выездной таможенной проверки

Признаки ТП	КТП	ВТП
Разделение на виды	-	Плановая. Внеплановая. Встречная.
Периодичность проведения в отношении одного участника ВЭД	Без ограничений	1. Плановые: — 1 раз в год; — в отношении УЭО — 1 раз в три года; 2. Внеплановые и встречные — без ограничений.
Срок проведения	90 календарных дней	2 месяца
Возможность продления срока проведения	120 календарных дней	1 месяц
Приостановление срока	Не предусматривается	9 месяцев

В ходе проведения камеральной таможенной проверки таможенные органы проверяют следующую информацию о товаре:

1. Вес (количество) товара, заявленный в ЭДТ при условии, что данная информация влияет на уплату таможенных платежей или на применение к товару ограничительных инструментов.
2. Таможенную стоимость товара, при условии, что она влияет на размер таможенных платежей.
3. Страну происхождения товара.
4. Кода товара в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.
5. Иных сведений, которые влияют на решение о выпуске товар в соответствии с той или иной таможенной процедурой.

Обобщая вышеизложенное, следует выделить следующее — основными формами таможенного контроля после выпуска товаров является камеральная и выездная таможенная проверка. Камеральная таможенная проверка подразумевает под собой проверку документов и сведений о товарах и их декларантах, которые содержатся

в ЕАИС ТО и ЕАИС иных уполномоченных ФОИВ. Выездная таможенная проверка может содержать в себе признаки камеральной, но при этом она всегда подразумевает под собой выезд таможенных органов с место нахождения подконтрольного участника ВЭД.

Таким образом, в настоящее время ТКПВТ является неотъемлемым элементом единой системы таможенного контроля. Для повышения эффективности и результативности ТКПВТ таможенные органы следуют основным направлениям развития, установленным в ряде документов, как национальных (Стратегия развития ФТС России до 2030 г.), так и международных (Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур). Их успешная реализация будут влиять на минимизацию рисков, своевременное предотвращение нарушений таможенного законодательства, созданию благоприятной среды для развития участников ВЭД, снижению издержек по хранению товаров под таможенным контролем и ускорению товарооборота.

Литература:

1. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур (от 18.05.1973 г.) // Официальный интернет-портал правовой информации (ГСПИ) <http://www.pravo.gov.ru>, 01.04.2022.
2. Договор от 24.05.2014 «О Евразийском экономическом союзе» // Официальный интернет-портал правовой информации (ГСПИ) <http://www.pravo.gov.ru>, 01.03.2022.
3. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза // Официальный интернет-портал правовой информации (ГСПИ) <http://www.pravo.gov.ru>, 01.03.2022.
4. Федеральный закон Российской Федерации от 08.12.2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» // Официальный интернет-портал правовой информации (ГСПИ) <http://www.pravo.gov.ru>, 01.03.2022.
5. Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации (ГСПИ) <http://www.pravo.gov.ru>, 01.03.2022.
6. Андреева, Е. И. Актуальные вопросы таможенного контроля после выпуска товаров. — М.: РОИ РТА, 2017. 60 с.
7. Арский, А. А. Совершенствование таможенного регулирования товаров. // Вестник Государственного университета управления. 2018. № 10. С. 119-125.
8. Бондаренко, Н. П. Таможенный контроль после выпуска товаров: современные новеллы. // Наука и право. 2018. № 9. с. 32-38.

Иностранные инвестиции и их роль в развитии национальной экономики

Корота Нико Эрикович, студент

Южно-Российский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону)

В современном мире осуществление предпринимательской деятельности невозможно без использования различных средств, которыми являются собственные и привлечённые ресурсы. Глобализация как процесс в рамках функционирования большинства государств в мире привела к объединению капиталов, научных технологий и ресурсов. Для достижения максимального уровня конкурентоспособности в нынешних условиях важно привлекать зарубежные инвестиции, поскольку они являются одним из ключевых инструментов повышения конкурентных преимуществ в рамках существования открытой экономики.

Ключевые слова: инвестиции, экономика, предпринимательство, национальная система, процессы, отношения.

Foreign investments and their role in the development of the national economy

Korota Niko Erikovich, student

South-Russian Institute of Management (branch) of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation (Rostov-on-Don)

In the modern world, the implementation of entrepreneurial activity is impossible without the use of various means, which are own and attracted resources. Globalization as a process within the framework of the functioning of most States in the world has led to the unification of capital, scientific technologies and resources. In order to achieve the maximum level of competitiveness in the current conditions, it is important to attract foreign investments, since they are one of the key tools for increasing competitive advantages within the framework of the existence of an open economy.

Keywords: investment, economy, entrepreneurship, national system, processes, relations.

В современном мире инвестиционная деятельность рассматривается как один из важнейших факторов для экономического развития каждого государства и всего мира. Организация систематического привлечения инвестиционных средств в экономику считается приоритетной задачей правительств многих государств. Связано с тем, что именно инвестиции позволяют обеспечивать экономический рост, приводят к обновлению технологий и дают возможность увеличивать профессиональные навыки каждого сотрудника.

Как известно, в любой экономической системе инвестиции могут сыграть важнейшую роль, так как без их присутствия не представляется возможным решать множество социально-экономических проблем, а также сложностей, вызванных неэффективной политикой, приводящей к нарушению государственной безопасности. Таким образом, нужно обязательно принимать к вниманию тот факт, что инвестиции способствуют совершенствованию экономики в будущем, и они направляются для того, чтобы добиться положительного результата в различных сферах деятельности человека.

В современных условиях роль инвестиции крайне важна для того, чтобы развивать экономическую систему любого государства. Но, в глобальном мире, где происходит комплексная конкурентная борьба между различными странами и предприятиями, особенно важно использовать систему иностранных инвестиций. Благо-

даря иностранным инвестициям есть возможность получать современные технологии, инновационные способы управления, и они приводят к поддержке развития российских или иных других инвестиций внутри каждого государства. В целом можно сделать вывод о том, что именно рост иностранных инвестиций в государстве позволяет обеспечивать экономический подъём и развивать многие процессы.

И.З. Фархутдинов полагает [1], что иностранные инвестиции являются процессом по вложению материальных или нематериальных ресурсов, в составе которых существует управленческий персонал и множественные разработки. Все они поступают в экономическую систему государства от иностранных партнёров при помощи привлечения различных инструментов. Кроме того, они должны быть разрешены к использованию на территории той страны, куда направляются. В этом случае есть реальная возможность получать стабильный уровень прибыли.

Российское законодательство также даёт определение иностранным инвестициям. Законодатель полагает, что иностранные инвестиции являются вложениями зарубежного капитала в любые объекты предпринимательской деятельности на Российской территории. Следует помнить, что легальное определение термина «иностранные инвестиции» в России имеет ключевое назначение. Связано это с тем, что с помощью этого определения есть воз-

возможность устанавливать систему лиц и связей, благодаря которым можно урегулировать все действия, применяя для этого нормы права.

Соответственно, можно сделать общий вывод о том, что иностранные инвестиции на наш взгляд представлены в качестве различных категорий и видов интеллектуальных и имущественных ценностей, поскольку их ввозят с территории одного государства и вкладывают в развитие другого. Для этой процедуры необходимо привлечение соответствующих инструментов, но в итоге при использовании иностранных инвестиций появляется возможность вести на новом рынке предпринимательскую деятельность, стремясь получить доход или другой эффект от совместного применения иностранного капитала.

Экономическая сущность привлечения зарубежных инвестиций состоит в том, что вместе с этими средствами в национальную экономическую систему приходят новейшие технологии, уникальные формы производственной организации и новые модели ведения бизнеса. Всё это позволит на принципиально новом уровне повышать экономическую эффективность и развивать национальную модель предпринимательской деятельности. [2]

Изучая все практические и теоретические вопросы, посвящённые привлечению иностранных инвестиций, можно сделать вывод о том, что в истории сложилась парадигма вытесняющего взаимодействия между отечественными и зарубежными компаниями. Представленную парадигму можно охарактеризовать двумя важнейшими факторами:

1. Национальные компании могут иметь меньший уровень конкурентоспособности по сравнению с зарубежными фирмами. Учитывая модель образования передачи таких технологий между конкурирующими агентами для создания успешной процедуры обмена всеми инновациями нужен достаточно стабильный и примерно равный показатель конкурентоспособности. В рамках современной российской экономики не наблюдается этого процесса, поскольку многие отечественные компании являются недостаточно конкурентоспособными и в итоге не имеют возможности эффективно функционировать. Подобная ситуация наблюдалась до 2014 года с российским автоконцерном «АвтоВАЗ», так как без крупных иностранных инвестиций и слияния с корпорациями «Renault» и «Nissan» завод находился в убыточном состоянии, и попросту не мог выпускать конкурентоспособную продукцию. Многочисленные государственные гранты и поддержка «АвтоВАЗа» не дали какого-либо результата, пока не пришёл международный альянс, в составе которого находится «АвтоВАЗ».

2. Отечественная экономическая система является догоняющей, и в ней существует достаточно низкий уровень собственных инновационных технологий первичного звена, а также продуктов. В частности, по состоянию на 2022 год в целом уровень импортозамещения в российской экономике крайне низок и составляет приблизительно 5%. Остальные технологические процессы и си-

стемы являются результатом тесного взаимодействия и привлечения огромного количества иностранных инвестиций из-за рубежа для работы многих компаний.

Следует выделить несколько ключевых целей, в соответствии с которыми можно заниматься реализацией иностранных инвестиций:

1. Получение дополнительного объёма прибыли в определённый период времени.
2. Приобретение контроля над иностранными субъектами предпринимательской деятельности.
3. Использование механизма для обхода протекционистских барьеров, которые мешают перемещаться потокам товаров.
4. Желание приблизить производственную систему к новым рынкам, где можно продавать товары.
5. Стремление сэкономить на издержках, среди которых можно выделить следующие: затраты на транспорт; налоговые платежи; уменьшение расходов для охраны окружающей среды и другие.

В качестве объектов организации инвестиционной деятельности можно выделить следующие: новые или модернизируемые предприятия, в составе которых имеются основные фонды и оборотные средства, ценные бумаги, научно-технические товары, система имущественных прав и права на приобретение интеллектуальной собственности. [3]

Важнейшим субъектом в организации инвестиционного процесса считается инвестор. Он может вкладывать собственные или заёмные средства в виде инвестиций, являясь гарантом для их целевого применения на практике. На мировой арене инвесторами могут выступать государственные органы власти, транснациональные корпорации, международные структуры, органы государственной власти и управления.

Принимая к вниманию все тенденции развития последних научных исследований и определяя особенности совершенствования экономической системы всего мира в условиях глобализации нужно отметить, чтобы прямые инвестиции считаются самым развитым и качественным методом инвестирования в экономику. Данные инвестиции в своём составе могут обладать горизонтальными и вертикальными элементами вложения средств, учитывая мотивы и цели, в соответствии с которыми компании выходят на международный рынок. Способы ведения хозяйственной деятельности также играют особую роль.

В результате необходимо сделать вывод о том, что в общем составе огромного количества видов экономической деятельности иностранные инвестиции занимают особенно важное место. Иностранные инвестиции считаются самым важным элементом инвестиционного развития многих государств. Следует помнить, что иностранные инвестиции представляют собой не только денежные средства, но и в их составе можно выделить наукоёмкие технологии, управленческие механизмы, организационные инструменты ведения бизнеса.

Литература:

1. Фархутдинов, И. З. Иностранные инвестиции: вызов экономическому суверенитету // Московский журнал международного права. — 2021. — №. 3. — с. 5-20.
2. Львова, Г. Н. Влияние цифровизации на прямые иностранные инвестиции в Российскую Федерацию // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. — 2021. — №. 1 (36). — с. 71-78.
3. Терентьева, В. А., Филатов В. В. Иностранные инвестиции и развитие международной торговли в России // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2020). — 2020. — с. 13-16.

Меры по снижению негативного влияния санкций на внешнеэкономическую деятельность регионов Уральского федерального округа

Максутова Елена Сергеевна, преподаватель
Екатеринбургский экономико-технологический колледж

Троельников Александр Алексеевич, студент
Сургутский государственный университет (Ханты-Мансийский автономный округ-Югра)

Актуальность

Экономические санкции против Российской Федерации оказывают негативное влияние на внешнеторговый оборот Уральского федерального округа, что дестабилизируют экономическую ситуацию в округе. Поэтому для руководства субъектов УрФО крайне важно разработать ряд мер, направленных на поддержание отечественных производителей. Следовательно, тема настоящей работы является актуальной.

Цели

- 1) Оценить влияние санкций на внешнеэкономическую деятельность УрФО;
- 2) Предложить меры по нейтрализации последствий санкций.

Задачи

- 1) Раскрыть список санкций, влияющих на внешнеэкономическую деятельность УрФО;
- 2) Проанализировать данные Уральского таможенного управления;
- 3) Оценить оборот внешнеэкономической деятельности УрФО;
- 4) Предложить меры по укреплению финансовой устойчивости предприятий УрФО;
- 5) Предложить меры по улучшению внешнеэкономической деятельности УрФО.

Санкции

24 февраля 2022 г. Президент РФ В. В. Путин объявил о начале специальной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины. И с этого момента для России и всего мира создается новая политическая и экономическая реальность.

Западные страны, недружественные России во главе с США, разрабатывают и вводят санкции практически в ежедневном формате и на сегодняшний день введен в действие так называемый «четвертый пакет»

санкций [4]. По итогам всех санкционных мер и ограничений Россия стала мировым рекордсменом, обойдя Иран. Число российских физических и юридических лиц, находящихся под санкциями, достигло по данным Информационного издания «Интерфакс», более 5000 человек [8]. Санкции затрагивают экономическую, политическую, гуманитарную сферы, а также международное взаимодействие и сотрудничество.

С 8 марта 2022 г. запрещен импорт нефти и газа из России в США. Заблокированы поставки товаров и технологий американского происхождения, произведенных в Японии, Тайване и Сингапуре.

Введены блокирующие санкции против Центрального Банка России и многих российских банков: заморожены золотовалютные резервы ЦБ РФ, активы Сбербанка, ВТБ, Альфа-Банка, Газпромбанка. Запрещен доступ к финансовым системам США, Европейского союза, Японии и Великобритании. Установлены запреты на поставку, страхование, техническое обслуживание товаров нефтяного сектора, приостановлена закупка и лизинг пассажирских самолетов и запчастей к ним.

В Свердловской области под санкции попали такие компании как ОАО «Каменск-Уральский металлургический завод» (контролируется ГК «Ренова»), корпорация «ВСМПО-Ависма» и ГК «Ростех», у которой есть активы в Свердловской области: АО «Уральский приборостроительный завод», выпускающий аппараты ИВЛ, и АО «Производственное объединение «Уральский оптико-механический завод им. Э. С. Яламова» [5]. В Тюменской области — ПАО «Сибур Холдинг» и ООО «Сибур»; «Роснефть», «Газпром нефть» и «Транснефть», работающие в Ханты-Мансийском автономном округе-Югра и Ямало-Ненецком автономном округе. Всем перечисленным компаниям нельзя сотрудничать с западными компаниями и получать от них инвестиции.

Отметим, что новые санкции еще не оказали заметного влияния на экономику УрФО. Многие из введенных санкций США и европейских стран дублируют ограничения, с которыми Россия живет уже много лет. В то же время серьезные ужесточения коснулись банковской сферы и международного сотрудничества, но эти меры отразятся на экономике России в будущем и приведут к ее замедлению.

Прекращение торговых отношений может сократить экспортные возможности региона. Опасность сохраняется и в рамках уже оплаченных поставок новых технологий, машин, оборудования и аппаратуры.

Внешнеэкономический оборот

По данным Уральского таможенного управления [9] экспорт УрФО в 2021 году составил \$ 41,6 млрд.

Таблица 1. Экспорт УрФО

№ п/п	Страна	Оборот (млн. \$)	Доля, %
1	Китай	8977,1	21,56%
2	Нидерланды	7477,1	17,96%
3	Германия	2847,2	6,84%
4	Турция	2153,5	5,17%
5	Казахстан	2069,4	4,97%
6	США	1552,7	3,73%
7	Франция	1261,8	3,03%
8	Узбекистан	1022,4	2,46%
9	Беларусь	1003,7	2,41%
10	Бельгия	975,5	2,34%
11	Другие страны	12290	29,52%
	ВСЕГО	41630,4	100,00%

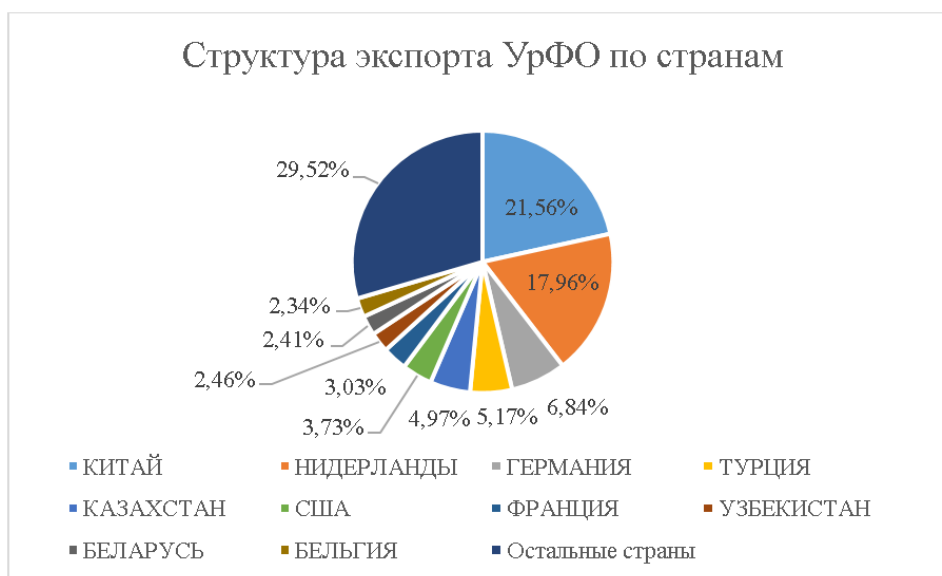


Рис. 1. Структура экспорта УрФО по странам

Основным торговым партнером уральских регионов является Китай, на него приходится 20-25% от объема перемещения товаров. Также лидерами по импорту явля

ются Республика Корея и Казахстан, по экспорту — Нидерланды. Среди стран СНГ наиболее активно торговля ведется с Казахстаном.

Таблица 2. Импорт УрФО

№ п/п	Страна	Оборот (млн. \$)	Доля, %
1	Китай	3321,8	21,82%
2	Республика Корея	3221,5	21,16%
3	Казахстан	2519,7	16,55%
4	Германия	1213,3	7,97%

5	Франция	808,6	5,31%
6	Италия	517,1	3,40%
7	США	497,1	3,27%
8	Беларусь	284,9	1,87%
9	Чехия	173,8	1,14%
10	Нидерланды	153,3	1,01%
11	Другие страны	2513,3	16,51%
ВСЕГО		15 224,4	100,00

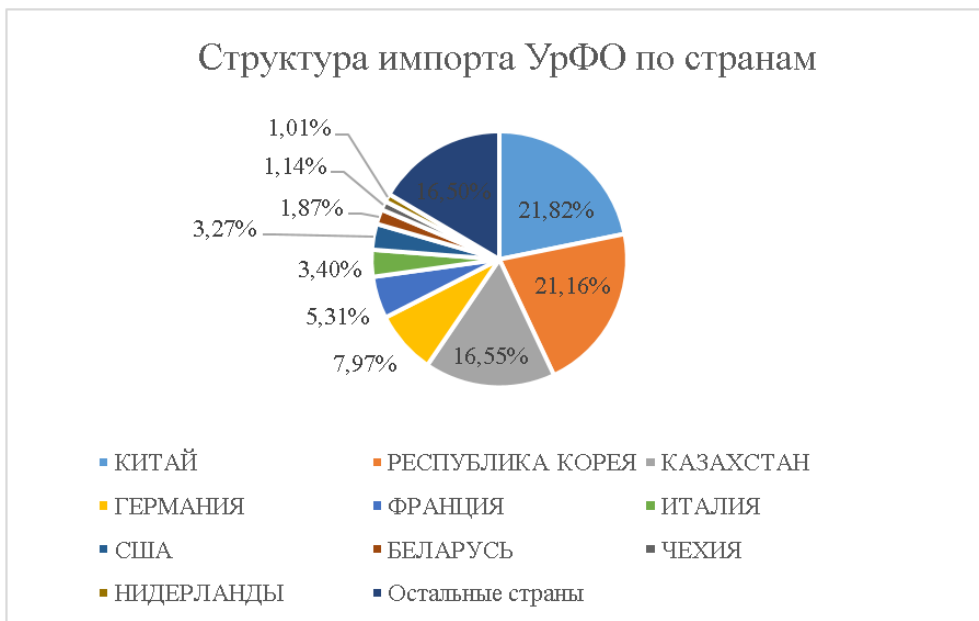


Рис. 2. Структура импорта УрФО по странам

Товарооборот между США и УрФО в прошлом году составил \$2,05 млрд, импорт из США в УрФО составил \$497 млн. Импорт раздела «машины и оборудование», по данным ФТС составил 56,08%. Доля «металлов и изделий из них» составила 8,02%.

В структуре экспорта по странам США для УрФО является шестым партнером с долей 3,73%. Экспорт из УрФО

в США в прошлом году составил \$1,55 млрд.

Структура экспорта отражает потенциал УрФО и влияние санкционных ограничений. В основном экспортировались «минеральные продукты» (36,24%), «металлы и изделия из них» (13,89%) и «Машины, оборудование и транспортные средства» (4,35%).

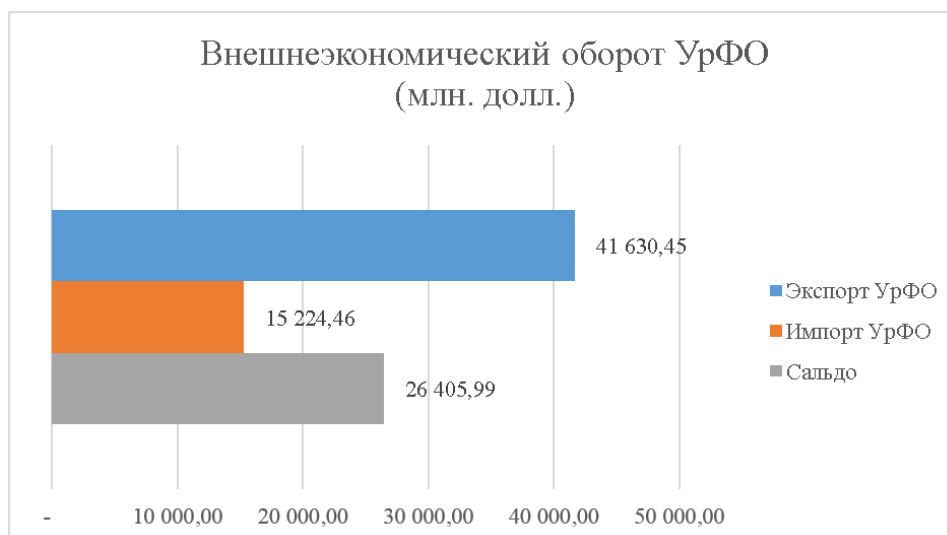


Рис. 3. Внешнеэкономический оборот УрФО (млн. долл.)

Таблица 3. Товарная структура торговли УрФО (млн. долл.)

Наименование товара	ВСЕГО (в млн долл.)		Страны Дальнего зарубежья		Страны СНГ	
	экспорт	импорт	экспорт	импорт	экспорт	импорт
Минеральные продукты в том числе:	23973,37	1778,11	23524,77	279,23	448,60	1498,87
Топливо-энергетические товары	23276,68	122,01	22888,34	28,54	388,34	93,47
Металлы и изделия из них	11745,63	2230,64	9015,92	1230,02	2729,71	1000,62
Машины, оборудование и транспортные средства	1813,37	8895,58	1106,90	8606,96	706,47	288,62
Продовольственные то- вары и сельскохозяй- ственное сырье (кроме текстильного)	376,22	407,91	86,76	215,52	289,46	192,38
Продукция химической промышленности, каучук	2521,92	1069,92	2152,65	935,71	369,27	134,21
Другие товары	558,18	555,10	305,81	514,15	252,37	40,95
Текстиль, текстильные из- делия и обувь	35,66	194,65	5,86	164,49	29,80	30,16
Древесина и целлюлоз- но-бумажные изделия	605,20	81,09	349,94	73,77	255,27	7,32
Кожевенное сырье, пуш- нина и изделия из них	0,90	11,47	0,16	11,15	0,74	0,31
Итого	41630,45	15224,47	36548,77	12031	5081,69	3193,44
Сальдо	26405,98		24517,77		1888,25	

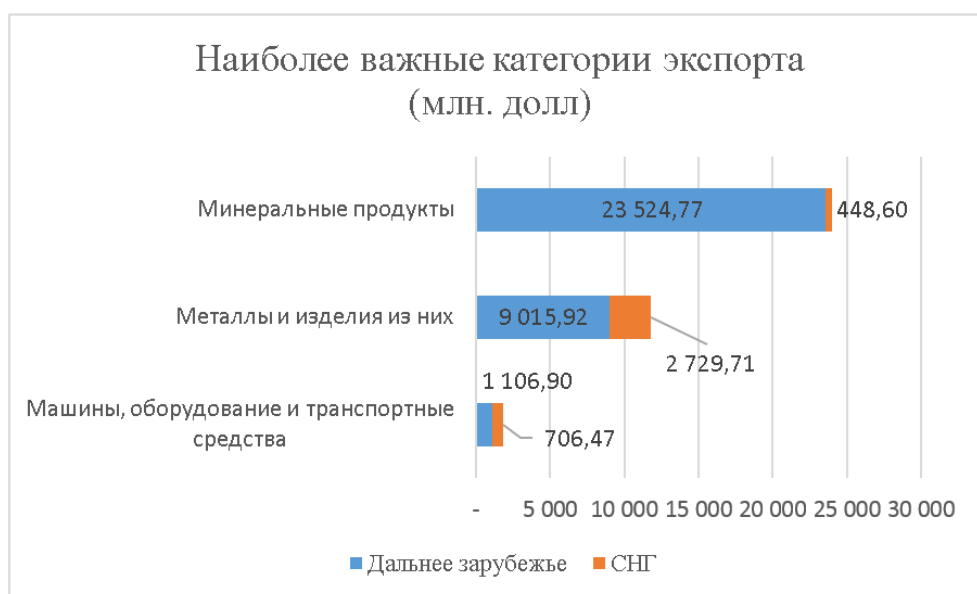


Рис. 4. Наиболее важные категории экспорта (млн. долл.)

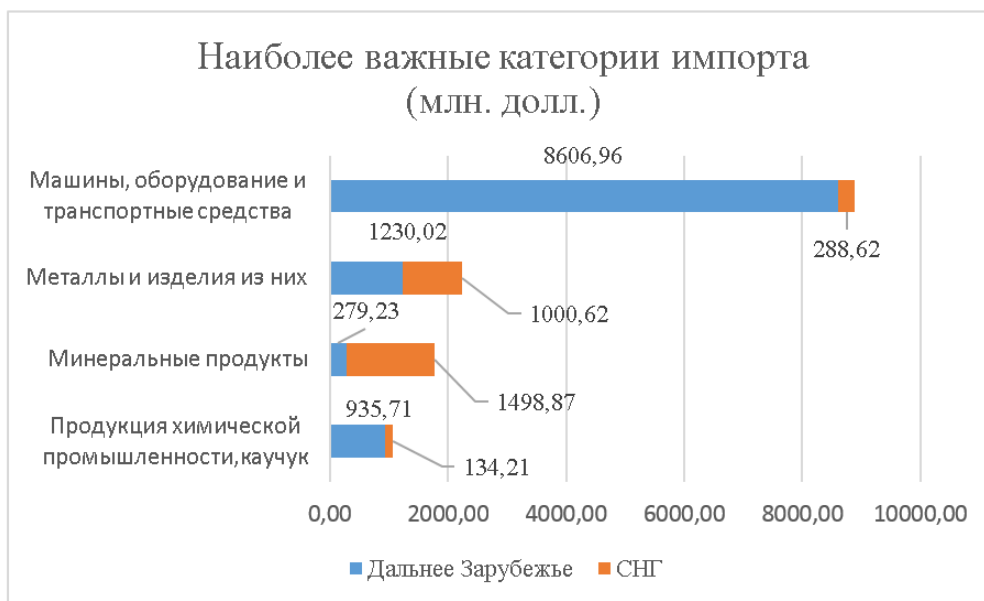


Рис. 5. Наиболее важные категории импорта (млн. долл.)

Для УрФО США, Франция и Германия не являются ключевыми партнерами и их уход из внешнеэкономической деятельности серьезно не скажется на экономике регионов. Внимание следует обратить на нивелирование негативных последствий в банковской сфере (увеличение ключевой ставки ЦБ РФ, валютные ограничения и т.д.) и предпринять усилия для поддержания малого и среднего бизнеса региона.

Президент РФ [1, 2] и Правительство РФ [3] вводят контрсанкции и разрабатывают меры поддержки экономики в целом, но многие регионы в том числе и УрФО предлагают собственные решения.

Например, в стратегию развития промышленного комплекса Свердловской области и Тюменской области подобные условия и риски закладывались с 2014 года. Поэтому предприниматели воспринимают санкции как данность, а у руководства регионов УрФО имеются готовые инструменты реагирования на ситуацию на основе географической диверсификации международного сотрудничества. Металлы, тяжелое машиностроение и оборудование, товары топливно-энергетического комплекса привлекательны для партнеров и с азиатского рынка.

Интересен для предприятий УрФО новый сервис «Биржа импортозамещения» на базе ГИСП (государственная информационная система промышленности). На сегодняшний день ГИСП насчитывает более 14 тысяч пользователей — промышленных предприятий [6]. Основными преимуществами «Биржи импортозамещения» на базе ГИСП являются: наличие широкой базы поставщиков, функция автоматической рассылки приглашений к торгам, возможность проверки поставщиков и продукции на соответствие требованиям заказчика, готовая экосистема цифровых продуктов для уменьшения тру-

дозатрат поставщиков (включая дополнительные финансовые сервисы, такие как банковская гарантия, факторинг, лизинг) [6].

В Ханты-Мансийском автономном округе-Югра принято решение о создании Центра новой индустриализации [10], который будет способствовать поддержке предприятий промышленной сферы, импортозамещению, стимулированию инвестиций.

Привлечение займов из фонда развития промышленности в рамках программы «приоритетные проекты», включающее льготное заемное софинансирование под 1% и 3% годовых [7]. Софинансирование предоставляется под проекты, реализуемые в приоритетных направлениях российской промышленности и направленные на импортозамещение, внедрение новых технологий, а также на локализацию и создание серийного производства конкурентоспособной высокотехнологичной критически важной промышленной продукции.

Большое значение в условиях финансовой блокады приобретает готовность руководства регионов осуществлять поиск новых зарубежных партнеров, разрабатывать и реализовывать программы субсидирования экспорта, содействовать размещению товаров на электронных площадках, способствовать сопровождению экспортных контрактов, а также переводу расчетов с другими государствами в рублях, поэтому перемены должны произойти в работе Центров поддержки экспорта регионов УрФО [11, 12, 13].

На сегодняшний день приоритетная задача Центров поддержки экспорта регионов УрФО — поддержка и реализация мероприятий, способствующих осуществлению перехода на прямые расчеты в рублях во внешнеэкономических контрактах.

Литература:

1. Указ Президента РФ от 18.03.2022 № 126 «О дополнительных временных мерах экономического характера по обеспечению финансовой стабильности Российской Федерации в сфере валютного регулирования»/СПС «КонсультантПлюс» // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411944/
2. Указ Президента РФ от 28.02.2022 № 79 «О применении специальных экономических мер в связи с недружественными действиями Соединенных Штатов Америки и примкнувших к ним иностранных государств и международных организаций»/СПС «КонсультантПлюс» // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_410417/
3. Заседание президиума Правительственной комиссии по повышению устойчивости российской экономики в условиях санкций от 22.03.2022//СПС «КонсультантПлюс» // Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/74172.html>
4. ЕС ввел против РФ четвертый пакет санкций [Электронный ресурс]/ФГУП «Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС)» // Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/14082663>
5. Каких уральских политиков, бизнесменов и компаний коснулись санкции/ИД «Коммерсантъ» // Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/gallery/5269699>
6. На базе ГИСП запущен новый сервис «Биржа импортозамещения»/Минпромторг России//Режим доступа: https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!na_baze_gisp_zapushhen_novyy_servis_birzha_importozameshheniya
7. Программа предоставления льготных займов ФРП РФ «Приоритетные проекты»/ФГАУ «Российский фонд технологического развития» // Режим доступа: <https://frprf.ru/zaumu/proekty-razvitiya/>
8. Россия обошла Иран по числу компаний и физлиц, оказавшихся под санкциями [Электронный ресурс]/Международная информационная группа «Интерфакс» // Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/826913>
9. Уральское таможенное управление. Статистические данные // Режим доступа: <https://utu.customs.gov.ru/>
10. Фонд развития Югры станет координатором работы Центра новой индустриализации/Фонд развития Югры // Режим доступа: <https://fondugra.ru/news/13768/>
11. Центр поддержки экспорта Свердловской области [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://sofr.ru/o-nas/nashi-podrazdeleniya/centr-podderzhki-eksporta/>
12. Центр поддержки экспорта Тюменской области [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://tecrus.ru/>
13. Центр поддержки экспорта Югры [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.export-ugra.ru/>

Методы управления рисками в инвестиционной деятельности как способ обеспечения инвестиционной безопасности

Михеев Данил Владиславович, студент

Пермский государственный национальный исследовательский университет

В статье рассматриваются методы управления рисками инвестиционной деятельности, как части инвестиционной безопасности хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: риски инвестиционной деятельности, инвестиционная безопасность предприятия, хеджирование.

Организация существует в условиях нестабильности. Многие ее решения рискованны. Инвестиционная безопасность предусматривает обязательную оценку рисков и управление ими. В процессе управления рисками достигается соответствие между получением прибыли при нивелировании действия рисков при уменьшении расходов. Иногда принимается решение о том, что осуществление каких-либо действий нецелесообразно.

В процессе управления рисками вложений ответственные лица стараются спрогнозировать время их наступления. Принимается решение о противодействии им с тем, чтобы уменьшить потери от их возникновения.

Риски необходимо своевременно определять, оценивать их масштаб, принимать меры профилактического характера, чтобы сократить последствия их возникновения. С целью противодействия последствиям рисков производят их хеджирование.

Учитывают такие принципы при управлении рисками: — осознание вероятности существования рисков. Риск — дело приемлемое, если можно получить хороший доход от произведения вложений. Однако многие управляющие не желают рисковать и выбирают направления, по которым можно получить хоть и небольшую, но стабильную и гарантированную прибыль. Следует отметить,

что инвестиционная деятельность в любом случае рискованна, что касается и в целом осуществления предпринимательской деятельности.

— управляемость рисками. Портфель инвестора включает те объекты, управлять рисками по которым он способен. Этому способствует управление рисками. Управлять можно теми объектами, риски по которым не существенны. Нейтрализация рисков производится с помощью некоторых средств. Управленцы задействуют их и противодействуют рискам. Однако существуют виды рисков, с которыми своими силами не справиться. В таком случае внешний страховщик принимает на себя эту обязанность.

— риски должны быть сбалансированы с уровнем достигаемой доходности по вложениям. Необходимо этот принцип строго учитывать. Инвестор принимает во внимание, что сможет справиться только с теми рисками, которые не более уровня доходности по шкале «доходность — риск». Риски и доходность необходимо учитывать по специальной шкале и предприятие справится с управлением только теми рисками, уровень которых не превышает соответствующего уровня доходности по шкале «доходность — риск».

С иными рисками, которые превышают данный уровень доходности, организация уже не справится и рискует понести убытки от осуществления предпринимательской деятельности. Иногда необходимо оперировать премией за риск, чтобы снизить эту величину.

— Необходимо соизмерять свои потенциальные возможности с несением нагрузки риска. Организация взвешивает потери и уровень риска, находящийся в соответствии с полученной отдачей. Страхование рисков позволяет инвестору получить ту долю средств, которую он наметил. Если не учесть всю совокупность рисков и свои возможности, то можно утратить активы, которые задействованы в процессе инвестирования. Величина прибыли, таким образом, существенно снизится, что воздействует негативным образом на экономический рост. Предприятие создает определенную величину рискового капитала. В организации имеются соответствующие страховые фонды. Этим представлен потенциал предприятия, который позволяет противостоять всем рискам, приходящимся на его резерв. В таком случае в пределах этого потенциала предприятие может самостоятельно нести риски и не передавать их на внешнее страхование.

— Управление рисками предусматривает, что организация принимает во внимание основные направления своей финансовой стратегии. Управление рисками основано на параметрах финансовой стратегии. В этом документе нашли отражение принципы и стремления руководства организации по управлению рисками деятельности. Также учитывают основные направления финансовой политики.

— Риски могут передаваться. В таком случае организация может не иметь резервов по их нейтрализации. Инвестиционные операции принимают во внимание принципы стратегии и цели осуществления предприни-

мательской деятельности. Риски передаются на внешнее страхование, что позволяет сделать инвестиционный портфель более эффективным и защищенным. Внешняя страхуемость рисков принимается во внимание инвестором, который создает объекты вложений в своем портфеле. Риск должен обладать чертами приемлемости. Это решение принимает руководство. Предприятие может справиться только с риском, находящимся на приемлемом уровне. В таком случае инвестиционная деятельность организации будет эффективной и принесет прибыль.

Организации четко следят за своим портфелем инвестиций, контролируют уровень рисков, чтобы не получить убыток. Управление рисками осуществляется в таких направлениях:

— снижение вероятности наступления рисковых ситуаций, что влечет потерю прибыли;

— принятие решений, которые при наступлении рисковых ситуаций снизят потери.

Снижения рисков можно добиться следующим образом:

— вовлечение дополнительных ресурсов;

— внесение изменений в план реализации инвестиционного проекта;

— проведение исследований, которые снизят уровень риска. Это касается, например, оценки рыночных условий.

— внесение изменений в показатели и документацию по проекту.

Риск снижается за счет его хеджирования. Также некоторые субъекты могут выступить гарантами риска и снизить потери. В проекте могут принимать участие соинвесторы, что значительно снижает рисковую нагрузку. Риском управляют, используя такие инструменты:

— передача рисковой нагрузки иным субъектам инвестиционного рынка;

— взятие определенной доли риска сторонами проекта;

— контроль риска, что позволяет сократить негативные последствия, которые он может вызвать и потерю прибыли;

— рисковое избежание;

— рисковое поглощение и удержание;

— создание резервного фонда.

Риск может быть передан на управление независимому страховщику. Для этого предприятие несет дополнительную финансовую нагрузку. Риск может быть застрахован и диверсифицирован, что уменьшит его негативное влияние на показатели проекта. Страхование рисков производится с применением инструментов биржевого контроля. В этом случае прибегают к применению фьючерсов и форвардов. В некоторых случаях пользуются возможностями опционов.

В свою очередь диверсификация рисков представляет собой процесс, в ходе которого вложения разделены в зависимости от применяемых финансовых инструментов. Вложения выгодно осуществлять в разные инструменты. В таком случае совокупный риск по ним будет меньше,

чем если осуществлять инвестирование по отдельным инструментам. Чтобы определить общую доходность портфеля, нужно суммировать доходность, генерируемую по отдельным инструментам.

После того, как готова программа проекта, участники его принимают на себя риски в пропорциональных долях. Отметим, что удержание риска как прием его противодействию позволяет распорядиться собственными средствами, что дает возможность снизить возможные потери от присутствия рисков вложений. Предприятие для решения этой задачи создает резервный фонд, средства которого используются для управления рисками и снижения их последствий.

Контроль риска — это мера, позволяющая ограничить масштаб рискованной ситуации. Предприятие для этого

использует специальные средства охраны и безопасности, что позволяет снизить потери. Поглощение риска предусматривает проведение мероприятий, которые снижают вероятность его наступления. Избежание риска можно применить, если некоторые инвестиционные операции совсем не осуществлять. Если избежать риска удастся, то доход может быть потерян. В предпринимательстве это не всегда возможно.

Следует осуществлять значительный контроль рисков и управлять ими, в таком случае есть шанс осуществлять безопасную и эффективную инвестиционную деятельность. Целесообразно принимать во внимание факторы и обстоятельства реализации инвестиционного проекта с тем, чтобы противодействовать рисками и сократить возможный ущерб от их наступления.

Литература:

1. Грунин, О. А. Экономическая безопасность организации. — СПб.: Питер, 2002.
2. Мыльник, В. В. Инвестиционный менеджмент: учеб. пособие для вузов — М.: Академический Проект, 2003.

Планирование стартового бизнеса

Нусипхожина Сания Даулетовна, студент магистратуры
Научный руководитель: Кондрашов Иван Николаевич, PhD, профессор
Алматы Менеджмент Университет (Казахстан)

В динамичных рыночных условиях в деятельности организаций, особенно стратегически ориентированных, возникает потребность в осуществлении новых предпринимательских замыслов, стартовых бизнесов, реализации инновационных и других проектов, что, в свою очередь, требует умения разрабатывать бизнес-проект или инвестиционный проект. Именно разработка бизнес-проекта помогает пошагово описать реализацию будущего стартового проекта и показать его экономическую эффективность и стратегическую привлекательность.

Учитывая существующую проблему нехватки собственных средств у большинства отечественных предприятий, разработка стратегии для стартового бизнеса выступает главным инструментом инвестиционного управления, дает возможность грамотно вести диалог с инвесторами относительно их участия в развитии новых направлений и действующих сфер деятельности предприятия. Это происходит за счет того, что бизнес-проект помогает определить цели, структуру, объем и график инвестиций, спрогнозировать финансовые потоки и планируемые результаты, а также оценить маркетинговую привлекательность, риски и эффективность стартового бизнеса

Основной стратегией бизнеса будет являться открытие онлайн магазина с доставкой всех необходимых товаров

для матери и ребенка в первые годы их жизни. Для раскрутки бренда в первый год будет открыто 3 магазина в городе Алматы. Активное раскручивание бренда в течение 1 года работы, в последующем планируется сократить количество магазинов до 1го и активного развития интернет-магазина и курьерской доставки.

Стратегия развития бизнеса в первый год его работы будет направлена на рост бизнеса и повышение узнаваемости бренда. В последующие годы стратегия будет направлена на снижение издержек и предоставление нужных и важных товаров в требуемый потребителем срок. Модель бизнеса будет основана на комплектации родственных товаров и их доставку потребителю.

В последние годы розничная торговля детскими товарами стала активно развиваться и демонстрирует высокие темпы роста. На рынке детской продукции с одной стороны, раскрученные торговые марки, зарекомендовавшие себя как магазины с высокой наценкой и качественной продукцией, и, с другой стороны, магазины, представляющие достаточно дешевые товары, в основном завезенные с Китая, которые, не смотря на низкое качество, демонстрируют стойкую конкуренцию и твердо удерживают свою долю рынка.

В то же время потребитель стал лучше разбираться в качестве товара, и имеет представление о международных брендах, популярных товарах и возможности

приобретения продуктов посредством онлайн магазинов с доставкой. [1]

Для оценки перспектив будущей компании на рынке, необходимо оценить объем рынка.

В то же время необходимо учитывать, что внушительная его часть, как бы с этим не боролись, представляет собой теневой рынок товарооборота с Китаем, Турцией и ОАЭ. На рынке детских товаров Казахстана представлена большая конкуренция, прежде всего такими известными республиканскими сетевыми магазинами, как MARWIN, «Детский Мир», «Еркемай» и KariKids (представительства данных компаний работают и в городе Алматы), в след за ними идут предприниматели, осуществляющие свою деятельность в рамках среднего и малого бизнеса.

Предположительно в денежном эквиваленте рынок внутреннего товарооборота детскими товарами составляет 2,3 млрд долларов в год. В свою очередь, если мировой рынок составляет приблизительно 412,2 млрд долларов в год [2], то наша доля будет равна 0,4% от глобального легального рынка (к примеру, у России данный показатель составляет 5%).

Согласно данным Казахстанской ассоциации индустрии детских товаров Республики Казахстан, динамика развития рынка детских товаров положительно высокая, и к точке насыщения она еще не подошла. Данный же источник сообщает, что мировой рынок во всех видах деятельности увеличивает свой оборот приблизительно на 5% в год, когда как казахстанский рынок по тем же категориям развивается на 52% в год. При более подробном рассмотрении данного вопроса, выясняются следующие факторы, влияющие на это: 1) определенная часть теневого рынка переходит в легальный формат ведения бизнеса, соответственно показатели по некоторым категориям демонстрируют чрезвычайно высокие показатели; 2) вторая причина объясняется как «ненасыщенность рынка», еще имеются достаточные резервы для роста данной отрасли. [3]

«Объем рынка мы оцениваем в 2,2-2,3 млрд долларов в розничных ценах, в то время как объем официально импортируемых в РК детских товаров в расчете на розничные цены составляет 1,1-1,2 млрд долларов. Соответственно, еще один миллиард долларов — это потенциал рынка и «теневой» импорт, который, по нашим оценкам, составляет сейчас до 47% рынка и сосредоточен в сегментах детской одежды и игрушек». [3]

В нашей стране в последнее время стало значительно хорошо развиваться собственное производство детских товаров, к примеру, на конец 2018 года было зарегистрировано 20 компаний производителей детских игрушек, хорошо развивается индустрия производства детской одежды. Несмотря на это Казахстан все еще сильно зависит от импорта, который по данным ассоциации индустрии детских товаров составляет 98%. Присутствие таких стран как Россия, Китай и Турция преобладает на рынке Казахстана. Сложным при расчете объема казахстанского рынка детских товаров является то, что большая часть

ввозимого товара является не декларированной, контрафактной. В 2017 году уровень теневого рынка детских товаров в Республике Казахстан оставался на отметке 30%. [4]

Высокий темп жизни населения, а также вахтовый метод работы одного из родителя (что наиболее часто встречается среди опрошенных семей в Алматы), не оставляют без внимания интернет-магазины с возможностью быстрой доставки товаров на дом.

В данном сегменте представлены следующие фирмы (по результатам опроса местных жителей имеющих детей от 0 до 18 лет):

При рассмотрении рынка онлайн магазинов, наиболее значимыми аспектами играли такие факторы как:

- Доступность доставки данного товара до Казахстана;
- Срок доставки;
- Стоимость доставки;
- Наличие русскоязычной версии сайта;
- Стоимость товара/стоимость возврата товара;
- Качество товара;
- Размерная линейка товара.

Несмотря на то, что рынок онлайн покупок приобретает все большую популярность, из 100% опрошенных респондентов, всего 57% регулярно приобретают товары онлайн раз в 3 месяца, зачастую покупая товары, не связанные с размерами (так как сталкивались с тем, что размеры не подходили), либо приобретали подобные товары на вырост.

В ходе анализа рынка, был проведен 5P анализ, по модели Майкла Портера, когда на отрасль воздействуют пять внешних факторов. Что в итоге демонстрирует сильные или слабые позиции данных факторов на развитие бизнеса на конкретном рынке.

Цель анализа — определить позиции 5 сил в отрасли розничной торговли детскими товарами, а именно сильные или слабые стороны покупателей и поставщиков, давление со стороны товаров-заменителей, степень угрозы появления новых конкурентов (величина барьеров вхождения на рынок), а также интенсивность конкуренции на рынке.

Уровень конкуренции

Уровень конкуренции можно оценить, как средний. Рынок насыщен разного рода предложениями. Речь идет о торговых точках предлагающих большой ассортимент товаров в одном месте, международных интернет-магазинов (с доставкой по РК), о небольших магазинчиках рядом с домом и частными инстаграм аккаунтами, которые продают свой товар из дома. В целом из-за отдаленности региона от крупных городов, а также малочисленного местного населения (296902 жителя, 14й город в списке [5]) потенциал города Алматы недооценивается, и многие компании не заходят на данный рынок.

Сила покупателей

Сила покупателей на рынке постепенно возрастает, но на момент проведения исследования оценивается

как средняя. Покупатели, имея доступ к различной информации, становятся разборчивыми в выборе продукта, но отсутствие большой конкуренции на офлайн рынке в любом случае вынуждает их приобретать товары первой необходимости и срочные товары у имеющих компаний, так как ожидание онлайн заказа средним занимает около 4х недель и больше. Во многих местных магазинах отсутствует услуга доставки, либо ее цена неадекватно завышена.

Сила поставщиков

Сила поставщиков на рынке оценивается как низкая. ЕАЭС и международные торговые площадки предоставляют большие возможности для закупа товара в большом ассортименте и лучшем качестве у большого количества поставщиков. Благодаря этому предприятия могут активно влиять на условия сотрудничества, добывая лучшие условия и получая поставки в соответствии со своим графиком.

Угроза выхода на рынок новых конкурентов

Данная угроза оценивается как высокая. Условия ЕАЭС позволяют свободно выйти на казахстанский рынок компаниям из стран участников. Казахстан находится в нестабильной экономической ситуации, на что также сказывается постинфляционная обстановка. Законодательные барьеры практически отсутствуют.

Угроза со стороны товаров-заменителей

Данная угроза оценивается как высокая, так как практически по любой категории детских товаров существуют товары заменители в достаточном количестве.

Вывод по анализу 5Р: несмотря на то, что на рынке детских товаров города Алматы представлены как крупные игроки, так и мелкие, имеется потенциал роста за счет конкурентных преимуществ. Потребуется постоянный мониторинг конкурентов как прямых, так и косвенных, а также гибкий выбор стратегий развития и захвата доли рынка. Есть возможности получения лучших условий от поставщиков, и выхода в область.

Возможные риски были оценены по фактору влияния на проект, а также фактору их наступления. Были определены 4 основных вида рисков:

— Финансовый риск: Нехватка оборотных средств; Возможная девальвация тенге, и как следствие удорожание товара; Невыполнение плана продаж.

— Организационный: Задержка в приобретении оборудования; Задержка в поставке товара производителями;

— Рыночный: Выбор места аренды с недостаточной проходимостью; Демпинг со стороны конкурентов; Отсутствие спроса на продукцию;

— Кадровый: Нехватка кадров в точках продаж. Слабо квалифицированный персонал.

Для управления рисками проекта разработаны следующие мероприятия:

Для **устранения финансовых рисков** на первые 6 месяцев будет открыт депозит на 10 млн тенге для своевременной выплаты зарплаты, а также наращивания оборотов и их своевременной оплаты. Также с 60% поставщиками был подписан договор о поставке товара под консигнацию с последующей выплатой в течение месяца.

При невыполнении плана продаж в течение более чем 3х месяцев, планируется создание акций по продаже товара со скидкой.

Для защиты риска от девальвации планируется: Депозит/счет для оплаты поставщикам держать в валюте оплаты поставщиков, указать в договоре, что при скачках тенге более чем на 20% поставщик предоставит нам отсрочку платежа на срок от 2х месяцев.

Приобретение оборудования запланировать заранее, подобрать 2х поставщиков на подстраховку, прописать сроки поставки оборудования в контракт с поставщиком.

Проработать с поставщиками процесс поставки товара, повысив его точность до 1-2 дней. По истечению периода в 1 год разработать прогноз заказа товара и сделать предварительный заказ поставщику на год, с его последующей коррекцией за 1 месяц.

Тщательно подойти к выбору места аренды, провести свои исследования. В случае если место все-таки окажется неудачным, в сжатые сроки поменять точку дислокации.

В случае демпинга со стороны конкурентов, необходимо выяснить метод снижения цены. Если это временное явление и делается за счет собственных средств, то необходимо выждать пока у конкурента не закончатся оборотные средства. В случае снижения цены за счет оптовых поставок и снижения закупочной цены, то необходимо перейти либо на другой продукт, либо на другую бизнес-модель.

Избежать отсутствие спроса нам поможет проведение предварительных исследований о потребностях потребителей и налаживание контактов с поставщиками на предоставление самых выгодных условий поставки.

Выстраивание прямых бизнес-процессов, а также налаживание получение обратной связи с потребителями поможет выстроить бизнес-модель, не требующую большого количества штатных сотрудников.

Для постоянного роста компании, необходимо, чтобы команда росла вместе с вами. Для этого требуется проведение постоянного обучения команды, что и будет проводиться по мере развития компании.

Литература:

1. «Информация правит миром» Режим доступа: свободный. [<http://www.markets-web.ru/study-532-1.html>] (дата обращения: 20.01.19)
2. Номинальный денежный доход по регионам Республики Казахстан на начало 2018 года. Режим доступа: свободный. [<http://stat.gov.kz/>](дата обращения: 23.01.22)

3. Ассоциация Индустрии детских товаров РК. режим доступа: свободный http://kaicg.kz/o_kompanii/research/issledovanie-rynka-detskih-tovarov-rk (дата обращения 25.01.22).
4. Статья «Обзор рынка товаров для детей в Республике Казахстан» компании «Upgrade Capital». Режим доступа: свободный. Источник: [<https://www.uscapital.biz/about-us/>] (дата обращения: 23.03.22).
5. Статья делового портала «КАПИТАЛ» «Недетская конкуренция детских товаров»/режим доступа: свободный [<https://kapital.kz/business/39206/nedetskaya-konkurenciya-detskih-tovarov.html>] (дата обращения 28.01.22).

Оценка угроз экономической безопасности режимного предприятия

Перунова Мария Викторовна, студент
Воронежский государственный технический университет

Актуальность оценки угроз экономической безопасности обусловлена тем, что предприятия работают в условиях внешних и внутренних рисков, а конкурентная экономическая среда содержит многочисленные угрозы. Это обстоятельство требует от субъектов управления предприятием построения комплексной системы, направленной на повышение уровня экономической безопасности. Современная кризисная ситуация и процессы модернизации страны обуславливают ведение целенаправленной деятельности безопасности предприятий.

Основной целью экономической безопасности организации является обеспечение продолжительного и наиболее эффективного функционирования предприятия. Вышеизложенное позволяет сформулировать понятие экономической безопасности предприятия, как многофакторную категорию, характеризующую способность всех субъектов экономики, начиная от государства, предприятия и заканчивая каждым гражданином, защититься от угроз и обеспечить удовлетворение своих интересов.

Применение инструментария оценки экономической безопасности предприятия позволит оказать воздействие непосредственно на уровень экономической безопасности, а также на своевременное выявление и минимизацию ее угроз. Угрозы экономической безопасности представляют собой систему условий и факторов, которые создают определенную опасность интересам экономического субъекта.

Система оценки угроз экономической безопасности предприятия должна отражать следующие аспекты деятельности организации:

- финансовое состояние;
- финансовую эффективность;
- уровень технической оснащенности;
- эффективность работы персонала;
- влияние факторов внешней среды;
- информационную безопасность;
- конкурентоспособность [1].

Стоит особо подчеркнуть, что при оценке экономической безопасности организации необходимо учитывать ее

отраслевую принадлежность, а также особенности, связанные с ней.

Система оценки угроз предприятия базируется на трех этапах: идентификация угроз, спецификация угроз, оценивание угроз. В процессе оценки угроз предприятия основными факторами выступают: возможный ущерб от реализации угрозы и возможность реализации угрозы.

В условиях современного быстро развивающегося и все более конкурентного рынка особенно важным для компаний любого размера от микро-предприятий до крупного бизнеса, является грамотное расходование денежных средств, ресурсов, а также их рациональное использование при ведении текущей хозяйственной деятельности. Без надлежащего анализа и оценки текущих показателей деятельности хозяйствующего субъекта невозможно разработать комплексный план мероприятий для улучшения показателей их экономической безопасности. Управление безопасным функционированием предприятия усиливает адаптивность, конкурентоспособность бизнеса. Предприятие без использования в управлении системы экономической безопасности эффективно функционировать в условиях рынка не сможет. Для действенности системы необходимо целенаправленно ввести систему мониторинга состояния и динамики развития предприятия с целью заблаговременного предупреждения и принятия, необходимых мер защиты и противодействия [4].

Угрозы различных видов и уровней могут причинить большой ущерб предприятию в различных отраслях осуществления им своих целей и задач, главными из которых является максимизация прибыли, минимизация убытков и продвижение своего товара на новые рынки.

На основе проведенного исследования составлена классификация угроз экономической безопасности предприятия (таблица 1). Такая классификация дает возможность заранее предупредить возникновение угрозы и последующего вреда и на ранней стадии предотвратить это. Если угроза возникла, то задача по ее разрешению ложится на службу безопасности, которая, в свою очередь, должна предпринять меры для ее устранения или создать условия для ее минимизации.

Таблица 1. **Обобщенная классификация угроз экономической безопасности предприятия [5]**

Критерий	Угрозы
Источник возникновения	— внешние; — внутренние
Степень тяжести последствий	— высокая степень; — значительная степень; — средняя степень; — низкая степень
Степень вероятности	— реальные; — потенциальные
Объект посягательств	— угрозы персоналу; — угрозы финансовым ресурсам; — угрозы материальным ресурсам; — угрозы информационным ресурсам
Субъект угроз	— со стороны криминальных структур; — со стороны не добросовестных конкурентов; — со стороны контрагентов; — со стороны собственных сотрудников
Вид ущерба	— прямой ущерб; — упущенная выгода
Характер ответственности	— нормы гражданской ответственности; — нормы уголовной ответственности
В зависимости от человеческих взаимоотношений	— объективные; — субъективные (осуществляются осознанно)
В зависимости от катастроф и ЧС	— природные; — техногенные.

Следовательно, снижение внутренних угроз и обеспечение экономической безопасности предприятия находится в тесной взаимосвязи с реализацией финансово-экономических интересов, по своему содержанию являются одной из приоритетных задач экономической безопасности. Объективные потребности предприятия, направленные на формирование и реализацию главных целей финансово-экономической деятельности и развитие, формируют систему финансово-экономических интересов предприятия.

Для того, чтобы избежать негативных последствий реализации угроз необходимо принимать меры по противодействию им. К таким мерам можно отнести следующие:

- защита бизнес-пространства (сбор и обработка информации о возможных партнерах и конкурентах предприятия, контроль за лояльностью персонала и образование благоприятного социально-психологического климата, создание и поддержание положительного имиджа);

- защита информационных ресурсов и нематериальных активов (обеспечение безопасности информационных систем и защита конфиденциальной информации, защита интеллектуальной собственности);

- защита материальных ресурсов (обеспечение пожарной безопасности, физическая защита имущества от порчи и хищения);

- защита финансовых ресурсов (обеспечение финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия, страхование, правовая защита);

- защита трудовых ресурсов (проведение мер по защите от кадровых рисков, осуществление социальных программ) [2].

При реализации угрозы экономической безопасности возникает риск, который связан с возникновением материального или финансового ущерба при наступлении различных видов угроз и возникновении опасности. Конкретный вид угроз может являться причиной проявления нескольких видов экономических рисков [3].

Подводя итог можно сказать, что в современной среде предприятия сталкиваются с множеством трудностей, не позволяющим им успешно осуществлять свою деятельность и принимать наиболее правильные решения для наиболее эффективного функционирования. В большей мере этому способствует наличие большого числа рисков и угроз, с которыми многие организации не справляются, в связи с чем теряют возможность получить прибыль или вовсе доходят до стадии банкротства. Применение мер, осуществляемых специалистами, по защите и противодействию угрозам и рискам, позволит максимально снизить даже саму возможность возникновения рисков и угроз, а при их появлении — уменьшить объем потерь.

Литература:

1. Безуглая, Н.С. Экономическая безопасность предприятия. Сущность экономической безопасности предприятия/Н.С. Безуглая // Российское предпринимательство. — 2018. — № 4-1. — с. 63-67.
2. Ефимова, А.А. Общая характеристика категории угроза экономической безопасности предприятия/А.А. Ефимова, Н.А. Герасимова // Экономическая безопасность социально-экономических систем: вызовы и возможности. Сборник научных трудов международной научно-практической конференции. — 2018. — с. 215-218.
3. Новиков, К.А. Характеристика основных угроз экономической безопасности предприятия и их нейтрализация/К.А. Новиков // Новости экономики. — 2020. — № 3. — с. 1361-1365.
4. Овчинникова, Е.А. Оценка угроз экономической безопасности предприятия/Е.А. Овчинникова // Социальные науки. — 2019. — № 2 (25). — с. 31-34.
5. Орлов, Н.С. Угрозы экономической безопасности предприятия: сущность, значение, виды, классификация и их нейтрализация/Н.С. Орлов // Вопросы региональной экономики. — 2019. — № 4 (41). — с. 47-53.

Структура бизнес-плана и распространённые ошибки при его разработке

Порсева Валерия Викторовна, студент

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Грамотная подготовка бизнес-плана является одной из главных задач для большинства организаций в настоящее время. Данная задача напрямую связана с планированием их деятельности. Для того, чтобы открыть новый бизнес также целесообразно составление бизнес-плана, так как с ним открывается широкий спектр возможностей для благополучного функционирования фирмы, эффективности ее работоспособности и тому подобное.

Среди особенностей такого документа как бизнес-план выделяют:

1. Выбор более успешных, перспективных вариантов в аспектах решений о выходе новой продукции или выходе уже устоявшихся позиций на новые рынки, определение и рассмотрение наиболее целесообразных путей решения вопросов о данных направлениях.

2. Способствует поиску и привлечению партнеров к реализации бизнес-плана.

3. Бизнес-план позволяет приблизиться к реальной оценке величины затрат на производство и продвижению товаров, соотнести их с тем ценообразованием, которое планируется, а также распознать рентабельность самого бизнес-плана.

4. Также в возможности бизнес-планов входит оценка предполагаемых путей развития деятельности организации, выяснение контроля внутренних процессов фирмы.

5. Рассмотрение трудностей и возможных рисков, которые могут оказать воздействие на бизнес-план или помешать его реализации в необходимый срок [1, с. 64].

Стоит заметить, что в последние годы бизнес-план рассматривают чаще с точки зрения документа инвестиционного проекта, основная задача которого привлечение потенциальных кредиторов или инвесторов. Это не совсем правильный подход, ведь план также считается важным

внутренним инструментом управления деятельностью и развития организации. Именно из-за данного упущения может уделяться меньше времени и сил на рассмотрение и определение внутренних организационных аспектов бизнес-плана, что можно включить в возможные допускаемые ошибки его разработки [6, с. 57].

Перейдем к рассмотрению разделов бизнес-планов подробнее. Первый элемент плана — резюме. Оно определяется как всестороннее, «концентрированное» описание всего проекта, а именно: его идей, шагов, которые необходимо осуществить для того, чтобы идея работала, затраты на проект, ресурсы, а также итоговые показатели.

Необходимо отметить, что резюме составляется в конце написания бизнес-плана, с учетом всех доработок, иначе оно будет неверным или неполным. Но находится данный раздел в начале документа.

Перейдем к следующему разделу, в который обязательно необходимо включить описание товара или услуг (а именно: наименование, полные характеристики, область применения продукции, ее конкурентоспособность, возможная роль на рынке, патентоспособность, авторские права, факт наличия сертификатов, экологичность и безопасность продукции, лицензирование, сервис, гарантии, а также важный элемент — правила использования).

В этом разделе также необходимо указать характеристики технологий, которые должны быть применены в производстве. Отметим, что продукция или же услуги должны быть описаны наиболее подробно, с акцентом на преимущества, уникальность, с возможностями «отслаивания» от конкурентов, стоит подчеркнуть достоинства, качество товара. Все аспекты, которые смогут удовлетворить запросы покупателей.

Также в документ входит маркетинговый план. Он является планом мероприятий и направлен на необходимый

объем продаж и на получение максимальной прибыли для бизнеса и партнеров за счет удовлетворения необходимых потребностей целевой аудитории, рынка.

В данном пункте отражаются такие аспекты как: маркетинговая стратегия развития, продвижения организации, оценка емкости рынка сбыта, полное изучение конкурентов рынка. При создании маркетинговой стратегии обязательно необходимо учесть влияние внешней среды (в него могут входить тенденции развития рынка, экономическая ситуация в стране, экологическая ситуация, связанная с деятельностью предприятия, товарная и ценовая политика, продвижение продукции, также в рамках сегодняшних реалий стоит учесть пандемическую ситуацию в стране) с целью наиболее благоприятной адаптации организации к часто меняющимся рыночным условиям путем разработки комплекса маркетинга, включающего товарную, ценовую политику, каналы товаропродвижения и продвижение продукции. Особое место уделяется стратегии ценообразования.

Далее идет организационный план, который целиком строится на проработке системы управления предприятием, его кадровой политикой. Пример структуры раздела: организационная структура; основной или ключевой управленческий персонал; профессиональные советники и услуги; персонал; кадровая политика фирмы; календарный план; план социального развития; правовое обеспечение деятельности фирмы и так далее. Структура организации характеризуется такими аспектами как количество звеньев, иерархичность, системой распределения полномочий и обязанностей в вертикальной и горизонтальной структуре системы управления.

Производственный процесс в полной мере отражает производственный план. В него необходимо включить все требования к организации производства продукции, характеристики, состав оборудования, информацию о поставщиках оборудования, все материалы, сырье, а также ориентировочные, максимально приближенные цены на товары, форму и нормы амортизации. А также структуру капитальных вложений; сроки ввода и освоение мощностей; обеспечение экологической и технической безопасности. Раздел заканчивается расчетом издержек производства и себестоимости производимой продукции.

Значимая часть любого бизнес-плана — это финансовый план. Его целью будет определение целесообразности, эффективности бизнеса. Здесь необходимо грамотно, без преувеличений или преуменьшений оценить способность проекта обеспечивать достаточную ликвидность для обслуживания долга кредиторам (или же выплаты дивидендов, если речь о предоставляемых инвестициях).

Как правило, финансовый раздел бизнес-плана представлен тремя основными документами: план прибылей и убытков; план движения денежных средств, расчет показателей эффективности; график достижения безубыточности.

Одним из важнейших по составляющим разделов бизнес-плана является этап оценки рисков. Зачастую специ-

алисты недооценивают значимость данного раздела, не уделяют ему должного внимания. Хотя он описывает потенциальные риски, недочеты, которые могут быть и поэтому особенно важен. Фактор рисков в целом воздействует на финансы, производство и экономику предприятия достаточно сильно. В разделе необходимо полностью описать и проанализировать коммерческие, производственные, возможные финансовые риски. В том числе уделить внимание рискам, связанным с форс-мажорными ситуациями, которые могут быть совершенно непредвиденными.

Далее рассмотрим одни из основных ошибок, которые могут допускаться на разных этапах написания и создания бизнес-плана. На первом этапе, характеризующимся выяснением целей разработки документа, возникают следующие просчеты:

1. Расплывчатые, нечеткие цели самой разработки;
2. Неопределенные, двойственные задачи проекта;
3. Ошибки в определении интересов, потребностей целевой аудитории;
4. Недостаточный уровень знаний о психологии потенциального клиента, о том, чтобы хотел получить потребитель от фирмы определенной направленности;
5. Сюда же может входить полное игнорирование каких-либо предпочтений будущей аудитории;
6. Неверные расчёты, связанные с предполагаемыми результатами разработки документа.

На второй стадии — создание плана работ по подготовке бизнес-плана, могут совершаться такие ошибки, как:

1. Отсутствие опыта в разработке у членов рабочей группы;
2. Некорректное делегирование задач, обязанностей между сотрудниками — участниками создания бизнес-плана;
3. Закрепление за специалистом тех функций и требований, которые он не исполнял до этого или не должен выполнять в рамках своей деятельности;
4. Некорректный выбор специалистов, также это может быть связано с тем, что разработка производится в краткие сроки и этапам не отводится должного внимания;
5. Недочеты и оплошности при рассмотрении и формировании структуры частей бизнес-плана;
6. Неграмотное определение объема работ по созданию бизнес-плана и некорректное составление графика их реализации.

В третью стадию входят ошибки, связанные с нахождением и объединением информации и непосредственно само создание документа.

1. Не всесторонний и недостаточно глубокий анализ рынка;
2. Недочеты, оплошности при поиске, обработке, исследованию всех нужных сведений для реализации плана;
3. Составление таких элементов бизнес-плана как резюме и краткое содержание до полноценного завершения остальных разделов;

4. Применение недостаточно корректных данных и информации, которые отражают ложные или частично ложные сведения, положение дел;

5. Также в данный спектр ошибок входит нахождение неполной информации о необходимом виде производства продукции (или услуг).

Последний этап — анализ бизнес-плана, оценка его выполнения. На самом последнем этапе зачастую обнаруживается наибольшее количество ошибок, это может быть связано с недочетами в начале составления документа и с оплошностями его реализации, рассмотрим основные из них:

1. Недостаточная осознанность и отсутствие опыта специалиста, дающего оценку бизнес-плана;

2. Неосознавание необходимости обновления или же полного пересмотра бизнес-плана специалистами по его составлению или же руководящим составом;

3. Соблюдение неверной последовательности анализа и оценки документа;

4. Какие-либо недочеты в расчетах, этапах, интерпретации результатов оценки;

5. Также в данный тип ошибок можно отнести неточное определение причин нарушений, несоответствий с бизнес-планом, если они будут, а также отклонение от необходимых результатов;

6. Неграмотный, неполный анализ выявленных ошибок, нарушений. Такое случается, если проверяет некомпетентный сотрудник или же закрываются глаза на недочеты вследствие жестких ограничений по срокам реализации плана.

Таким образом, анализируя выше приведенные ошибки, допускаемые в процессе составления бизнес-проекта и рекомендации по их устранению, можно сделать вывод, что понимание выявленной проблемы важно, так как, в конечном итоге, это способствует не только одобрению заявки фирмы на получение инвестиций, но и успешному открытию и ведению бизнеса в целом.

Литература:

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // <http://www.consultant.ru>
2. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов, утвержденные Минэкономки РФ, Минфином РФ и Госстроем РФ 21.06.1999 № ВК 477 // <http://www.consultant.ru>
3. Иночкина, Н. В., Семенова Д. П. Проблемы и распространенные ошибки при составлении бизнес-плана // [Электронный ресурс] // Киберленинка 2018 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-rasprostranennye-oshibki-pri-sostavlenii-biznes-plana> (дата обращения 03.11.2021)
4. Лытнева, Н. А., Парушина Н. В., Белокопытов А. М. Аналитические процедуры и методические подходы к составлению бизнес плана организации // [Электронный ресурс] // Киберленинка 2017 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiticheskie-protsedury-i-metodicheskie-podhody-k-sostavleniyu-biznes-plana-organizatsii> (дата обращения 03.11.2021)
5. Кольцова, О. В. Назначение и особенности реализации бизнес-плана/О. В. Кольцова // Социально-экономические явления и процессы. — № 1. — 2015. — с. 64-67
6. Стрекалова, Н. Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2012. — с. 352.

Состояние и перспектива развития отраслей производственной деятельности ООО «Дубровинский» (Нытвенский городской округ Пермского края)

Соколов Виталий Михайлович, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В статье рассмотрели состав и структуру товарной продукции предприятия ООО «Дубровинский», которое занимается как животноводством, так и растениеводством. Для улучшения деятельности предложено внедрении инновации, например внедрение способа подготовки бесподстилочного навоза к утилизации и устройство для его осуществления

Ключевые слова: сельское хозяйство, животноводческая продукция, инновации, животноводство, растениеводство.

Для исследования выбрано ООО «Дубровинский», который расположен по адресу: Пермский край, Нытвенский р-н, п/о Шерья, д. Шумиха, с. Шумиха. Основной вид

деятельности — смешанное сельское хозяйство. Сельское хозяйство Нытвенского муниципального района представлено животноводческой специализацией, отличается до-

вольно высокой интенсивностью. Климат характеризуется как умеренно континентальный, с морозной снежной зимой и коротким тёплым летом. Состав и структура товарной продукции в ООО «Дубровинский» показана в таблице 1.

Таблица 1. Состав и структура товарной продукции в ООО «Дубровинский»

Отрасль и вид продукции	2019 г.		2020 г.		2021 г.	
	Выручка, тыс. руб.	%	Выручка, тыс. руб.	%	Выручка, тыс. руб.	%
Зерновые и зернобобовые	19985	18,20	22408	18,29	22416	18,29
Прочая продукция растениеводства	262	2,30	262	3,35	262	4,32
Итого по растениеводству	1297	20,50	1297	21,64	1297	22,61
Мясо КРС в живой массе.	17561	20,30	17561	24,56	17561	20,78
Мясо КРС	784	15,36	784	16,78	784	14,56
Молоко цельное	66772	33,86	66772	35,67	66772	36,56
Прочая продукция животноводства	46	9,98	46	1,35	46	5,49
Итого по животноводству	85163	79,50	85163	78,36	85163	77,39
Всего по отраслям	109808	100,00	122516	100	122560	100

В структуре товарной продукции за последние три года (таблица 2.5), наблюдается незначительное увеличение доли реализации растениеводства с 20,50% в 2019 году до 22,61% в 2021 году. В общем объеме товарной продукции продажа молока составляет более 32%. Реализация мяса КРС в живой массе составила 20,78% в 2021.

Производство животноводческой продукции ООО «Дубровинский» представляет собой длинную цепочку технологических процессов, операций и работ, связанных с разведением, содержанием и забоем сельскохозяйственных животных. В частности, на предприятиях отрасли выполняются такие виды работ, а также на ООО «Дубровинский»:

- приготовление кормов,
- кормление и поение животных,
- удаление и переработка навоза,
-

- сбор продукции,
- забой животных на мясо,
- спаривание животных,
- выполнение различных работ по созданию и поддержанию необходимого микроклимата в помещениях и т. д.

Механизация и автоматизация животноводства не может быть сплошной [1, с. 78]. Некоторые виды работ можно полностью автоматизировать, поручив их компьютеризированным и роботизированным механизмам [2, с. 56]. Другие работы подлежат лишь механизации, то есть их может выполнять лишь человек, но используя в качестве инструментов более совершенное и производительное оборудование. Очень немногие виды работ на сегодняшний день требуют полностью ручного труда. В таблице 2 показаны виды работы, которые планируется механизировать и автоматизировать.

Таблица 2. Варианты механизации и автоматизации видов работ животноводства ООО «Дубровинский»

Вид работ	На предприятии	Перспектива
Приготовление кормов	Ручной	Без изменений
Кормление и поение животных	Ручной	Механический
Удаление навоза	Ручной	Механический
Переработка навоза	Механический	Без изменений
Забой животных на мясо	Ручной	Без изменений
Спаривание животных	Ручной	Без изменений
Выполнение различных работ по созданию и поддержанию необходимого микроклимата в помещениях и т. д.	Ручной	Без изменений

Перспективы развития производственной деятельности ООО «Дубровинский» Нытвенский городской округ Пермского края на основании механизации и автоматизации видов работ:

1. Для удаления навоза предлагается внедрение способа подготовки бесподстилочного навоза к утилизации и устройство для его осуществления. Способ заключается в том, что конвейерная система удаления

навоза на животноводческой ферме осуществляет подачу навоза в сепаратор, установленный в кузове тракторного прицепа. Механическое разделение навоза на твердую и жидкую фракции осуществляют с распределением твердой фракции в попарно расположенные мягкие, выполненные из воздухопроницаемой пленки, а жидкой — в жесткие типа еврокуб ИВС контейнеры.

2. Автоматизация кормления и поения животных. На рынке представлено огромное количество различных систем для автоматизации кормления, которые предусматривают подачу корма животным без постоянного участия человека в этом процессе. Различаются 3 вида систем кормления от более простых, где корм подается автоматически, но заполнение кормового миксера требует контроля со стороны человека, до более дорогих кормовых центров с созданием специальной башни или ямы для постоянного обеспечения животных кормом. Мобильные кормораздатчики могут не только раздавать корма, но и самостоятельно приготавливать кормовые смеси, смешивая ингредиенты миксером. Также такие системы контролируют вес порций, что помогает контролировать кормление в рамках бюджета. Однако подобные кормовые центры подходят только для крупных промышленных холдингов, ведь стоимость на установки начинается от 200 тысяч рублей и может достигать до полумиллиона в зависимости от комплектации устройства.

3. Автоматические системы выпойки телят. На крупных агрохолдингах выпойка телят зачастую ста-

новится проблемой, ведь для нормального роста в естественной среде теленку необходимо прикладываться к вымени несколько раз за сутки. Если процесс кормления выполняется в определенное время, то теленок потребляет все тот же объем молока, но за один-два подхода. Порция молока становится больше, что негативно сказывается на пищеварении животного. Автоматические системы выпойки телят были созданы для того, чтобы упростить этот процесс и приучить теленка с ранних лет к взаимодействию с техникой.

4. Анализ состояния здоровья животного. Набирает популярность устройство, которое может анализировать состояние коровы по образцу молока. Анализируя молоко аппарат выявляет текущие заболевания, нарушение обмена веществ и ошибки в питании, влияющие на общее состояние животного. Такие устройства крайне актуальны для хозяйств с большим количеством поголовья, где сотрудникам и зоологам бывает сложно уследить за каждым животным и выявить различные заболевания на ранней стадии.

Литература:

1. Жиделева, В. В. Экономика предприятия. 2-е изд., перераб. и доп. Жиделева В. В., Каптейн Ю. Н./В. В. Жиделева, Ю. Н. Каптейн. — Москва: Огни, 2017. — 401 с.
2. Мормуль, Н. Ф. Экономика предприятия. Теория и практика/Н. Ф. Мормуль. — Москва: Мир, 2018. — 190 с.

Изменение требований к капиталу страховых организаций в связи с переходом на новую директиву Solvency II в Республике Казахстан

Султан Амирлан Асхатулы, студент магистратуры
Университет Нархоз (г. Алматы, Казахстан)

В данной статье рассматривается изменение в действующем законодательстве по расчету требований к капиталу страховых организаций в соответствии с директивой Solvency II. Переход к новому стандарту основывается, на задаче поставленной Национальным банком Казахстана актуализировать страховой рынок страны с Европейским страховым рынком и на переходе к международному стандарту финансовой отчетности 17 (МСФО 17), который состоится в течении 2022 года.

Целью перехода на директиву Solvency II является повышение эффективности регулирования деятельности страховых организаций (далее СО), прозрачность раскрываемой ими информации и финансовой устойчивости страхового рынка Республики Казахстан.

В настоящее время Агентство Республики Казахстан по регулированию и развитию финансового рынка для оценки платежеспособности организации, по действующему законодательству требует расчета

двух коэффициентов: норматив достаточности маржи платежеспособности и норматив достаточности высоколиквидных активов. Эти коэффициенты демонстрируют степень платежеспособности страховой организации перед своими страхователями. Норматив достаточности маржи платежеспособности рассчитывается исходя из формулы [1]:

$$НМП = \frac{ФМП}{ММП} \geq 1, \text{ где:}$$

- НМП — норматив достаточности маржи платежеспособности;
- ФМП — фактическая маржа платежеспособности;
- ММП — минимальный размер маржи платежеспособности.

С введением директивы Solvency II, подход к регулированию требуемого капитала изменится на капитал основанный на основе риска, который страховые компании будут сами оценивать исходя из всех принятых на себя ри-

сков, а так же исходя из новых нормативных актов надзорного органа.

Режим Solvency II впервые вводит согласованную, надежную и надежную пруденциальную основу для страховых компаний в Республике Казахстан. Он основан на профиле рисков каждой отдельной страховой компании в целях обеспечения сопоставимости, прозрачности и конкурентоспособности. Он разделен на три «столпа» [2]:

— Компонент 1 устанавливает количественные требования, включая правила оценки активов и обязательств (в частности, технических резервов), для расчета требований к капиталу и определения приемлемых собственных средств для покрытия этих требований;

— Компонент 2 устанавливает требования к управлению рисками, управлению, а также детали надзорного процесса с компетентными органами; это обеспечит объединение нормативно-правовой базы с собственной системой управления рисками каждого предприятия и позволит принимать бизнес-решения;

— Компонент 3 касается прозрачности, отчетности перед надзорными органами и раскрытия информации для общественности, тем самым укрепляя рыночную дисциплину и повышая сопоставимость, что ведет к усилению конкуренции.

Требования к капиталу в рамках Solvency II будут перспективными и экономичными, т.е. они будут адаптированы к конкретным рискам, которые несет каждый страховщик, что позволит оптимально распределить капитал по ЕС. Они будут определяться по двухступенчатой лестнице, включая требования к капиталу платежеспособности (SCR) и минимальные требования к капиталу (MCR), чтобы инициировать соразмерное и своевременное вмешательство надзорных органов [3].

Каждый страховщик на территории Казахстана должен определить для себя методы для расчета требуемого капитала платежеспособности (SCR). Возможны использование стандартной формулы Solvency II или, полностью внутреннюю модели, или частично внутреннюю модель, которые могут быть применены посредством одобрения регуляторным органом Республики Казахстан. Но для использования внутренней модели, организации необходимо иметь достаточную статистику ведения бизнеса. В силу молодого страхового рынка в Казахстане, не многие организации смогут воспользоваться внутренней моделью, поскольку использование внутренней модели приведет к меньшим требованиям к капиталу.

Минимальное требование к капиталу (MCR) должно будет рассчитываться используя линейную формулу, как сумму четырех компонентов [4]:

$$MCR L = MCR A + MCR B + MCR C + MCR D$$

, где

— MCR A: MCR для не связанных с жизнью видов деятельности, осуществляемых на технической основе, не связанной с жизнью;

— MCR B: MCR для деятельности, не связанной с жизнью, технически подобной жизни;

— MCR C: MCR для практики жизнедеятельности на бытовой технической основе;

— MCR D: MCR для жизнедеятельности — дополнительные обязательства, практикуется на неживой технической основе.

MCR достаточен для покрытия 80% вероятности платежеспособности страховой компании, в то время как SCR в соответствии с Solvency II определяются на основе 99,5% показателя риска стоимости в течение одного года, что означает, что необходимо иметь достаточный капитал для покрытия устойчивых к рынку убытков, которые могут возникнуть в течение следующего года с уровнем достоверности [4, 5].

Маржа платежеспособности, выраженная как требование к капиталу платежеспособности, SCR, рассчитывается так, как если бы все риски полностью коррелированы [4, 5]:

$$SCR = RC1 + RC2 + RC3 + RC4 + RC5, \text{ где}$$

— RC1 — Риск 1: рыночный риск (снижение стоимости активов)

— RC2 — Риск 2: резервный риск (резкое колебание оттока требований)

— RC3 — Риск 3: риск премии (риск андеррайтинга)

— RC4 — Риск 4: Кредитный риск (риск перестрахования)

— RC5 — Риск 5: операционный риск («другой риск»)

В страховых организациях должна будет работать эффективная система управления рисками, включающую в себя стратегии, процессы и процедуры предоставления отчетов, необходимые для выявления, измерения, отслеживания, управления рисками, которые приняла на себя страховая организация, а также в отношении взаимозависимостей между этими рисками, и сообщения сведений о них на постоянной основе, на индивидуальном и агрегированном уровнях. Система управления рисками должна быть эффективной и хорошо интегрированной в организационную структуру и в процесс принятия решений СО, под надлежащим контролем лиц, фактически управляющих СО и выполняющих другие ключевые функции [6].

Система управления рисками должна распространяться на риски, учитываемые при расчете требования достаточности капитала, а также на риски, не учитываемые или не полностью учитываемые при его расчете [6].

В соответствии с новыми правилами расчета требуемого капитала платежеспособности, неизбежно столкновение с нехваткой капитала в страховых организациях. Поэтому на первых этапах внедрения системы платежеспособности Solvency II, следует сделать послабления в требованиях, а так же позволят страховым организациям использовать упрощенные методы расчета технических резервов, упрощенные методы расчета потребности в капитале.

На опыте европейских страховщиков, которые являются крупнейшими институциональными инвесторами на финансовых рынках Европы. Регулирование не ограничивало необоснованным аппетитом страховщиков в отношении долгосрочных инвестиций, при этом должным образом учитывались риски.

Во-первых, требования к капиталу призвали сильно стимулировать страховщиков к тому, чтобы они соответствовали дюрации активов и пассивов. Идеальное совпадение по продолжительности значительно снижает требования к капиталу. Кроме того, для определенных портфелей, где потоки денежных средств совпадали погашения, они использовали «поправку на соответствие», которая сглаживает искусственную волатильность в их балансе и значительно снижает требования к капиталу, соответствующие риску краткосрочные колебания спреда. Таким образом, разработка требований к капиталу повысило аппетит страховщиков к долгосрочным активам [7].

Во-вторых, Solvency II отменило инвестиционные ограничения, установленные государствами-членами ЕС в отношении определенных инвестиций, в частности менее ликвидных, таких как инфраструктура. Вместо этого страховщики смогли инвестировать в соответствии с «принципом разумного человека», а требования к капиталу зависели от фактического риска их инвестиций. Стандартная формула для расчета рыночного риска должна была быть достаточно подробной, чтобы учитывать различные классы активов с различными профилями риска [7].

Литература:

1. Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан от 26 декабря 2016 года № 304. Об установлении нормативных значений и методик расчетов пруденциальных нормативов страховой (перестраховочной) организации и страховой группы и иных обязательных к соблюдению норм и лимитов, требований к приобретаемым страховыми (перестраховочными) организациями
2. Lloyd's, (2015). Technical Provisions under Solvency II. United Kingdom
3. European Commission (2015), «Solvency II Overview». (EU)
4. European Commission (2010), «QIS5 Technical Specifications». (EU)
5. European Commission (2011), «EIOPA Report on the fifth Quantitative Impact Study (QIS5) for Solvency II». (EU)
6. Paul Sweeting (2011): Financial Enterprise Risk Management, Cambridge, p. cm. — (International series on actuarial science) ISBN 978-0-521-11164-5 (hardback)
7. European Commission (2013), «Capital Requirements Regulation». (EU) No 575/2013

Более индивидуальный подход к этим активам имеет дополнительное преимущество, заключающееся в повышении чувствительности требований к капиталу к риску и, таким образом, в содействии надлежащему управлению рисками и поддержке пруденциальной устойчивости общего режима. Идентификация высококачественной категории секьюритизации на основе критериев, изложенных в рекомендациях Европейского управления по страхованию и профессиональным пенсиям (EIOPA) по высококачественной секьюритизации, имеет важное значение в этом отношении. Это побудило страховщиков инвестировать в более простые секьюритизации, которые являются более прозрачными и стандартизированными, тем самым снижая сложность и риск и способствуя развитию надежных рынков секьюритизации, которые необходимы в ЕС [7].

Таким образом для казахстанского страхового рынка существует необходимость перехода на новую директиву Solvency II поэтапным способом, делая некоторые упрощения и учитывая все специфики рисков существующего страхового рынка. Адаптирование стандарта в отношении расчетов требуемого капитала страховых организаций существующих на рынке Республики Казахстан, чтобы безболезненно осуществить переход на единые стандарты платежеспособности. Это способствует увеличению конкурентоспособности отечественных страховых компаний на мировом рынке, а так же сохранению финансовой устойчивости страховых организаций, что является важным фактором для успеха компании на финансовом рынке.

Виртуальные команды как новый вид организационного дизайна

Сыдорук Ирина Юрьевна, студент магистратуры
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье автор раскрывает теоретические основы понятия сущности виртуальных команд как новых видов организаций, адаптированных к функционированию в информационном обществе.

Ключевые слова: команда, виртуальная команда.

Цифровая среда становится не только удобным средством повседневного общения, но и бизнес-средой для современных компаний.

Возникновение виртуальной системы для развития бизнес-отношений предполагает формирования и виртуальных команд, члены которых дистанцированы друг от друга, но которые демонстрируют эффективную продуктивность и гибкость в современном быстро меняющемся мире. Ускорение информационного общества стало возможно благодаря развитию технологий, компьютеризации рабочих мест, формированию транснациональных компаний. Этому способствовало также современная эпидемиологическая ситуация, которая помогла трансформировать процессы как в социальной сфере (образовании, медицине и др.), так и в производственной (разработка инновационных продуктов, программных продуктов, конструирование и т. п.).

Все перечисленные факторы легли в основу тенденции социально-экономического развития, «которая стала рассматриваться компаниями как часть их стратегии, а обществом — как некий заданный вектор развития» [3, с. 54]. Данные условия трансформировали и процессы командообразования, которые выразились в объединении рабочих групп на основе реализации проектной деятельности без привязки к конкретной территории. Так, появились новые формы командообразования в информационно-пространственном поле — виртуальные команды.

Опыт компаний, которые развиваются стабильно на соответствующем рынке и имеют хорошие финансовые показатели своей деятельности, уделяют значительное внимание не только человеческому потенциалу организации, но и командообразованию как механизму объединения работников.

Команда как теоретическое понятие, которое является смыслообразующим для интерпретации понятия «виртуальная команда» требует специального научного представления.

Так, в науке менеджменте, теории управления, управлении человеческими ресурсами данная категория весьма актуальна. Представим определения следующих авторов:

1. Г. Паркер: «команда — это группа людей, которые имеют высокий уровень взаимозависимости, ярко выраженное стремление к достижению цели или окончательной задачи, т.е. члены команды должны не только принимать цель, но и понимать, что достижение этой цели возможно только при совместной работе» [4, с. 43];

2. И. Салас, Р. Берд и С. Таненбаум: «командой называют небольшое количество человек (чаще всего 5-7, реже до 15-20), которые разделяют цели, ценности и общие подходы к реализации совместной деятельности и взаимопределяют принадлежность свою и партнеров к данной группе [7, с. 64]. Кроме того, они указывают, что члены команды имеют взаимодополняющие навыки, принимают на себя ответственность за конечные результаты, способны исполнять любые внутригрупповые роли»;

3. М. Армстронг: «команда — это небольшое число людей со взаимодополняющими навыками, людей, которые собраны для совместного решения задач в целях повышения производительности и в соответствии с подходами, посредством которых они поддерживают взаимную ответственность» [1, с. 21].

Таким образом, при анализе источников можно сделать вывод о том, что важными особенностями команд является их психологическая совместимость и незначительное количество участников. Количественный фактор связан с тем, что команда должна быть легко и быстро управляемой, а расширение ее членства влечет изменение и усложнение процессов менеджмента. Оптимальное число членов команды 5-7 человек (см. определение И. Салас, Р. Берд и С. Таненбаум [7, с. 64]).

Командная деятельность важна в силу наличия у них синергетического эффекта, поскольку групповая деятельность позволяет за счет объединения усилий участников команды произвести необходимый продукт. Таким образом, команда есть формальное объединение небольшой группы людей, обладающих необходимыми навыками для совместного достижения поставленных целей.

Виртуальная команда как новый тип команды представляет собой также объединения людей для достижения определенных целей. Например, А. М. Карякин и В. В. Пыжиков определяют виртуальную команду как «группу людей, которые ведут совместную деятельность для достижения одной (уникальной) цели с учетом ограничений и в рамках определенного жизненного цикла, участники команды проекта распределены географически и способ связи между ними — средства виртуальной коммуникации (электронная почта, skype, чаты и др.)» [2, с. 39].

В результате можно отметить, что виртуальная команда представлена сотрудниками, которые географически расположены не на одной территории.

Коммуникация между сотрудниками поддерживается с помощью информационных технологий. Единение со-

трудников происходит на основе единой общей цели (это может проектная цель, т.е. временная, или постоянная цель — например, поддержание программного обеспечения компании).

Таким образом, под понятием виртуальная команда следует обобщенно понимать следующее: группу сотруд-

ников компании, разобщенных территориально, но объединенных единой поставленной перед ними цели и поддерживающих деловое общение с помощью информационных технологий.

Данное определение помогает выделить следующие критерии виртуальных команд (см. рис. 1).



Рис. 1. Критерии виртуальной команды (составлено автором)

Таким образом, появление новых форм организации команд в виде виртуальных команд вызвана всеобщей информатизацией, стремлением к поиску и найму высокопрофессиональных сотрудников и обеспечением им удобных режимов работы, а со стороны работников — же-

ланием работать без привязки к конкретной территориальной единице и государству. Это приводит к стиранию границ в вопросах трудоустройства и ведения профессиональной деятельности.

Литература:

1. Армстронг, М., Бэрон А. Performance management. Управление эффективностью работы. — М.: НИРО, 2020.
2. Карякин, А. М., Пыжиков В. В. Командная работа: основа теории и практики. — Иваново: ИГЭУ, 2018.
3. Пауэл, А. Виртуальные команды разработки URL: <https://www.osp.ru/os/2019/10/13044386> (дата обращения: 10.03.2022)
4. Паркер, Г., Кропп Р. Формирование команды. — Изд. СПб: Питер 2002.

Специфика потребительской трансформации как аспект теоретико-методических подходов к развитию бренда в современных условиях рынка

Сырцева Татьяна Владимировна, слушатель DBA

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассмотрены основные аспекты потребительской трансформации на российском рынке. Потребитель становится ключевым звеном цепочки в товарно-рыночных взаимоотношениях и получает возможность влиять на многие процессы, способствуя осуществлению перемен. Потребитель переходит на новый уровень взаимоотношений с производителем, где он хочет ощущать понимание и осознавать, что при создании продукта учитываются именно его потребности.

Ключевые слова: потребитель, маркетинг, рынок, бренд, продукт.

С началом осуществления всех процессов трансформации российского рынка изменилась не только его структура и наполненность, но также, в значительной мере, поменялся облик потребителя и способ непосредственного осуществления покупок. Современный консьюмер кардинально отличается от его аналога 20-летней давности: повысился уровень его требовательности, теперь он «выбирает» товар и делает это хорошо. Можно говорить о том, что сегодня потребитель не просто закрывает имеющуюся потребность, а именно «потребляет» товары и услуги. Таким образом «западная» философия общества потребления проникла и на российский рынок, став его неотъемлемой частью.

Для осуществления понимания данного процесса необходимо вникнуть в само понятие. С теоретической точки зрения, о нем говорили многие авторы, и в большинстве случаев оно рассматривалось со стороны его воздействия на жизнь общества. Например, Ж. Бодрийяр в своей работе «Система вещей» рассматривал потребление, как одно из важных свойств человека и общества, осуществляемое через призму вещей или так называемые симулякры [1]. При таком подходе вещи представляют собой некий набор символов, симулирующих действительность за счет определённого набора атрибутов. Кроме него Э. Фромм также интересовался темой потребления. В своей работе «Иметь или быть» он затронул данное понятие и рассмотрел его связь с социальным бытием человека [2]. Так одним из основных и значительных выводов является разделение потребностей человека на стремление к обладанию и стремление к полноценному бытию. Анализируя современный рынок можно утверждать, что данное заключение по-прежнему обладает высокой актуальностью и для нынешнего потребителя.

Если же рассматривать потребление с экономической точки зрения, то оно может быть охарактеризовано, как некий алгоритм удовлетворения потребностей за счет использования товаров и услуг. Данный процесс является длительным и включает в себя ряд частных шагов, как, например, выбор, покупка, использование, обслуживание, поддержание характеристик вещи и возможность ею распорядиться. Упоминания о влиянии потребления

встречаются также и во многих других работах различных авторов, таких как, например, Н. Кляйн, Г. Маркузе, Ф. Фукуяма, Н. Элиас, З. Бауман, И. Валлерстайн, О. Шпенглер и другие. Стоит отметить, что ни один из них не рассматривал данное понятие целенаправленно, но так или иначе затрагивал при рассмотрении других проблем социального и духовного мира, культуры или природы. В целом можно утверждать, что феномен потребления лишь начинает изучаться с социальной и философской точки зрения, поэтому его влияние на общество в долгосрочной перспективе сложно оценить. Однако оно неоспоримо, и распространение «философии потребления» на разных ранках мира, согласно единым стандартам, формирует схожий портрет потребителя, различающегося некой этнической спецификой.

При рассмотрении осуществленного роста рынка и трансформации потребителя можно утверждать, что современное общество удовлетворило свои базовые функциональные потребности, и, в соответствии, с иерархической пирамидой А. Маслоу (рисунок 1), поднялось на следующие ступени, перейдя на более эмоциональный уровень, сконцентрировавшись на получении признания и самореализации [3].

Выражение личной уникальности и позиции в обществе через приобретаемые бренды, товары и услуги становится новой нормой на большинстве рынков мира. Подобная тенденция во многом обусловлена воздействием рассмотренного процесса глобализации, благодаря которому новый портрет потребителя соответствует типичным паттернам консьюмера Америки и Европы: разборчивый, требовательный и даже избалованный. Данный тренд подводит к тому, что потребитель больше не хочет просто покупать товар с базовыми функциональными характеристиками, а хочет приобретать 100% завершённый продукт, который является неким отражением заложенной в него идеи, с продуманной визуальной концепцией и предоставляемым сервисом.

Как уже было отмечено, «новый» консьюмер становится не просто объектом для продажи продукта и услуги, а обретает новый уровень осознанности, четко рефлексировав собственную индивидуальность, требующую особого под-



Рис. 1. Иерархическая пирамида Маслоу [3]

хода, которого не было ранее. Таким образом он становится ключевым звеном цепочки в товарно-рыночных взаимоотношениях и получает возможность влиять на многие процессы, способствуя осуществлению перемен. Например, с развитием онлайн-торговли появились агрегаторы, реализующие сравнение всех предложений и цен доступных на рынке. С их помощью потребителю гораздо легче анализировать и совершать осознанный выбор, так как структура рынка стала более прозрачной и понятной. В это же время широкое распространение и использование социальных сетей также внесло коррективы. Возможность открыто и массово делиться собственным мнением и имеющимся опытом позволило напрямую влиять на сервис и продукты, регулируя их качество и ассортимент. Данные инструменты, являются лишь некоторыми примерами, изменившими правила игры и явившими начало новой эры в товарно-денежных отношениях, из-за которых теперь производители и ритейлеры вынуждены подстраиваться под тренды и потребности.

По данным Ростуризма, заграничные путешествия в РФ выросли в два раза с 2000 года. В свою очередь это позволило аудитории обогатить свой опыт взаимодействия с иностранными категориями и брендами, недоступными на российском рынке, а также расширило кругозор. В результате данные факторы повысили потребительскую образованность, выведя уровень требований к предоставляемым услугам и товарам на новый уровень.

Таким образом, на основании вышеизложенного, можно утверждать, что все произошедшие перемены выводят на первый план потребность в поиске именно так называемого «mebrand» товара (от англ. «мне» и «марка»,

что интерпретируется, в данном контексте, как бренд, созданный для меня), способного отразить некоторую имиджевую и эмоциональную составляющую. Потребитель переходит на новый уровень взаимоотношений с производителем, где он хочет ощущать понимание и осознавать, что при создании продукта учитываются именно его потребности. Ощущение эмоциональной поддержки и разделение ценностей становится важным атрибутом, осуществляя становление бренда в качестве некоторого жизненного спутника, отражающего индивидуальность.

В связи с осуществлёнными переменами в структуре рынка и портрете потребителя, для бизнеса встает новый вопрос о необходимости дополнительной дифференциации для успешного развития в будущем. Можно утверждать, что подобная отстройка бренда и продукта имеет значительную роль в процессе создания конкурентного преимущества.

В соответствии с определением электронного словаря «Business jargons» стратегию дифференциации можно определить, как некоторые конкурентные преимущества, опирающиеся на маркетинговые ноу-хау компании, успешные подходы в выявлении и удовлетворении ожиданий покупателей [4]. В их основе лежит цель представить рынку более привлекательные для потребителя товары и услуги, в значительной мере опережающие предложения конкурентов. Таким образом речь идет о некоторых достоинствах бренда, выделяющих его среди других компаний, предоставляющих аналогичный или схожий продуктовый портфель или спектр услуг.

Данное утверждение соответствует теории Портера М., согласно которой при наличии возможности

предоставления потребителям товаров, имеющих такую же ценность за меньшую стоимость, либо большую за такую же цену, можно говорить о конкурентном преимуществе, что сигнализирует о наличии некоторой дифференциации [5]. Можно утверждать, что при использовании дифференциации, речь идет о создании продукта, являющегося ничем иным, как совокупностью нематериальных и материальных атрибутов, воспринимающихся, как что-то «абсолютно уникальное». Среди параметров, удовлетворяющих данные требования, могут быть некоторые конструктивные особенности, эксплуатационные характеристики, имиджевые аспекты, высокий уровень сервисного обслуживания и другие. Однако важно акцентировать особое внимание именно на уникальности продукта, как ключевого аспекта, подкрепленного не только отличительными чертами, но и общей продуктовой стратегией. В результате осуществления подобного комплексного подхода в сознании потребителя формируется убежденность в особенностях товара, за которые он готов заплатить цену выше, чем за аналогичные товары у конкурентов. В рамках данной стратегии наибольшей эффективностью обладает дифференциация, основывающаяся на высоком качестве продукции, некотором технологическом превосходстве товара, наличии большего набора сопутствующих услуг, по сравнению с предложениями конкурентов, а также предложения товаров, полностью соответствующих текущим рыночным стандартам, но за более доступную для потребителя стоимость, или, иначе говоря, предоставление той же «ценности» за меньшие деньги.

При рассмотрении необходимости о внедрении дифференциации в текущую бизнес-модель, важно произвести анализ рынка для определения ее потенциала среди потребителей. Важно исследовать поведение и текущие потребности целевой аудитории, с целью определения ценности и значимости потенциально дифференцирующих критериев в сознании потребителя для осуществления процесса выбора. Уместность внедрения стратегии дифференциации определяется наличием значимых различий во вкусах различных покупательских групп, которые не могут быть удовлетворены массовой продукцией, имеющей стандартные функциональные и эмоциональные характеристики. При выявлении наличия таких дифференцирующих значимостей осуществляется разработка набора уникальных атрибутов, которые могут быть представлены рынку и, при наличии потенциала, реализованы в качестве конкурентного преимущества.

В разработку данной стратегии входит не только использование характеристик, указывающих на уникальность товара, но и конкретных функциональных и имиджевых особенностей нескольких видов: продуктовые, сервисные, имиджевые, а также относящиеся к дифференциации персонала.

Если рассматривать представленные стратегии дифференциации более подробно, то при обсуждении продуктовых характеристик речь идет об улучшенных осо-

бенностях самого товара, как например, дизайн упаковки или конкретные свойства продукта.

Стратегия сервисной дифференциации подразумевает предложение некоторых дополнительных услуг, сопутствующих предлагаемому продукту. Например, это может быть консультирование, обучение, установка, обслуживание и другие услуги, в которых потребитель может нуждаться после приобретения товара. Для ее успешного использования важно соблюдение ряда условий, как, например, наличие бесплатных или более доступных по стоимости услуг в сравнении с конкурентами. В случае, если они имеют более высокую цену, это должно компенсироваться превосходящим уровнем качества по сравнению с предлагаемыми рынком вариантами.

Брендинг или дифференциация имиджа происходит за счет создания определённого образа производителя и/или его продукции, отличающей его в лучшую сторону от конкурентов. На осуществление данной стратегии дифференциации в значительной мере влияет использование эффективной рекламы, за счет которой может использоваться несколько направлений одновременного.

Дифференциация персонала чаще всего используется компаниями, работающими в сфере услуг. При использовании данного подхода главный акцент делается на сотрудниках, уровень работы которых выводится на новый более эффективный уровень, в значительной мере отличающий его от конкурентов. Ключевое значение здесь отдается привлечению и обучению коммуникабельных, ответственных сотрудников, готовых повышать уровень своей компетентности для создания имиджа надежных лиц, готовых осуществить помощь и поддержку по релевантному вопросу.

Грамотное использование описанных стратегий дифференциации имеет большой потенциал для будущего успеха бизнеса. Одним из основных преимуществ является повышение лояльности и уровня доверия текущих потребителей, что в перспективе способно повысить популярность бренда за счет использования уникальных характеристик, характерных только для него. Кроме этого, также появляется возможность привлечения и удержания новых клиентов, потребности которых ранее не были удовлетворены в парадигме текущей концепции. Для некоторых целевых групп подобное расширение, предлагаемых характеристик, может стать уникальным с точки зрения функциональных или имиджевых продуктовых атрибутов.

При успешном внедрении стратегии дифференциации бренда можно говорить о наличии возможности для осуществления повышения стоимости за производимые им конкретные продукты или услуги. В конечном счете такой подход способен повысить доходность бизнеса, обеспечивая рост прибыли даже в ситуации, когда доля рынка остается неизменной. Использование принципов дифференциации также позволяет выстроить имидж компании, учитывающей потребности разных целевых аудиторий

и предоставляющей возможность выбора даже при специфических запросах.

Кроме перечисленных преимуществ, успешно реализованная дифференциация бренда позволяет даже маленьким предприятиям успешно осуществлять свою деятельность на рынке. Подобный результат является заслугой правильно выбранной концепции, за счет которой производимые продукты и/или услуги приобретают особую уникальность в глазах потребителя.

Для осуществления оценки результативности примененных принципов дифференциации, указывающим на успешную реализацию подхода, рассматривается, в первую очередь, такой ключевой параметр, как получение экономической выгоды, которая превышает размер прибыли компаний-конкурентов, осуществляющих деятельность на том же рынке.

Литература:

1. Бодрийяр, Ж. Система вещей. — М.: Издательство: Рипол-Классик. — 2020. — 256 с.
2. Фромм, Э. Иметь или быть. — М.: Издательство: АСТ, 2019. — 320 с.
3. Маслоу, А. Мотивация и личность. — М.: Питер. — 2022. — 400 с.
4. Электронный ресурс URL: <https://businessjargons.com/differentiation-strategy.html>. Дата доступа 12.04.2022
5. Портер, М. Конкурентная стратегия. — М.: Альпина Паблишер. — 2011. — 454 с.

Особенности экономики регионов Крайнего Севера

Татаринев Дмитрий Васильевич, студент

Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

В данной статье рассмотрено социально-экономическое положение Оленекского эвенкийского национального района Республики Саха (Якутия), рассмотрена основа экономики региона, с учетом особенностей ведения хозяйственной деятельности региона.

Ключевые слова: социально-экономическое положение, экономика района, Крайний Север, экономика Крайнего Севера.

Сегодняшняя новостная и государственная повестка уделяет все большее внимания регионам Крайнего Севера по причине достаточно высокого потенциала их развития. В первую очередь потенциал регионов Крайнего Севера складывается из достаточно значимых запасов полезных ископаемых, которые на данный момент не освоены в принципе, либо их освоение находится на начальной стадии.

Важно принимать во внимание достаточно сложные природно-климатические и географические особенности регионов Крайнего Севера, которые накладывают определенный отпечаток в деятельности компаний, функционирующих в этих регионах. Например, экстремально низкие температуры вносят коррективы в работу специальной техники промышленных компаний. Отсутствие круглогодичной дорожной связи районов Крайнего Севера с остальными районами и регионами вносят определенные коррективы в транспортно-логистические связи

Однако, при начале работы в данном направлении команде маркетинга необходимо понимать, что разработка и запуск стратегии дифференциации имеет и возможные риски. В первую очередь, осуществляемые изменения напрямую воздействуют на повышение производственных издержек, требующихся на реализацию данных процессов. Кроме этого, в качестве одного из возможных рисков, может рассматриваться снижение спроса среди потребителей на продукты с определенным видом дифференциации в заданной категории. Однако, на данный момент можно говорить о небольшой вероятности возникновения такой угрозы, в связи с тем, что имеющиеся потребности современного потребителя, напротив, указывают на рост приоритетности данного параметра при выборе бренда.

компаний. Стоит также упомянуть достаточно низкую плотность населения Крайнего Севера, что сказывается на привлечении компаниями рабочей силы, в том числе высококвалифицированной, необходимой для их функционирования.

В качестве примера рассмотрим Оленекский эвенкийский национальный район Республики Саха (Якутия).

Оленекский эвенкийский национальный район Республики Саха (Якутия) является крупнейшим районом Республики Саха (Якутия), расположен на северо-западе республики за Северным полярным кругом. Большую долю района занимает лесотундра, климат в районе резко континентальный с перепадами температур от -65 до $+35$ градусов по Цельсию [2].

В составе муниципального района находится 4 поселений, имеющих статус муниципальных образований: с. Оленек, с. Харьялах, с. Жилинда и с. Эйик. Административный центр — с. Оленек расположено на левом бе-



Рис. 1. Оленекский эвенкийский национальный район на карте Республики Саха (Якутия)

регу реки Оленек, в центре района. С. Харыялах расположено на правом берегу реки Оленек в 2 километрах от с. Оленек. Село Жилинда расположено к северу на левом берегу реки Малая Куонапка в 230 километровой удалении от с. Оленек. Река Малая Куонапка горная, с быстрым течением, не судоходная, берет начало в центре Оленекского

района и впадает в реку Анабар на севере. Село Эйик расположено на берегу одноименного озера в юго-восточной части района, в удалении от с. Оленек на 422 километра [2].

Рассмотрим более детально численность населения муниципального района за период

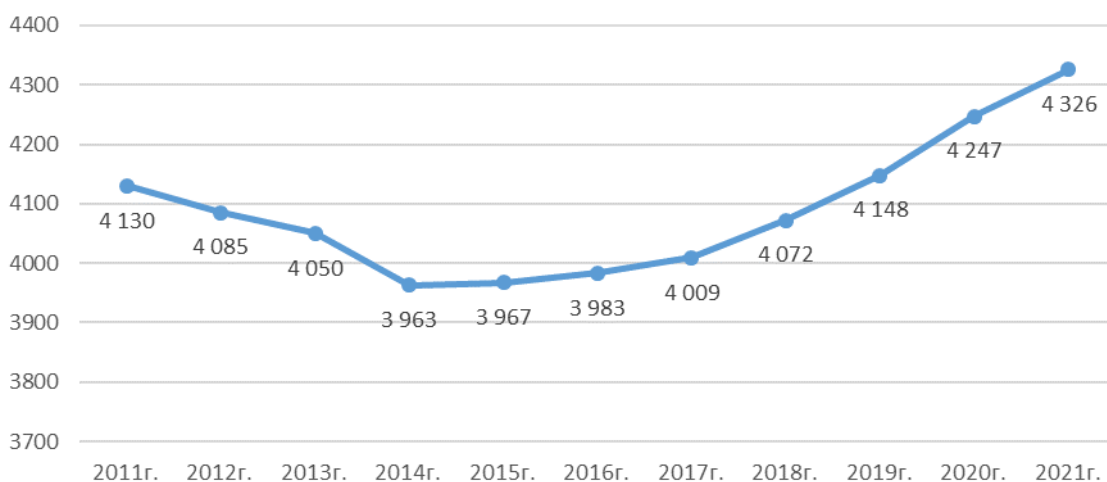


Рис. 2. Динамика численности населения по состоянию на 1 января за период 2011–2021 гг., человек [5]

Как можно заметить из рисунка 2, численность населения по состоянию на 1 января 2021 г. составила 4326 человек. Причем начиная с 2014 года начинает увеличиваться, в целом за исследуемый период численность увеличилась почти на 5% или на 196 человек, что достаточно незначительно.

Основу экономики района составляют сельское хозяйство (оленоводство, скотоводство) и охотничий промысел.

В районе есть 2 сельскохозяйственных муниципальных унитарных предприятия, основной деятельностью которых является разведение домашних оленей и охотничий

промысел. В структуре сельскохозяйственного производства также представлены 4 кооператива, 29 кочевых родовых общин, крестьянские и личные подсобные хозяйства.

Производство сельскохозяйственной продукции в настоящее время остается убыточным. Совокупность негативных факторов в управлении сельским хозяйством в 90-е годы прошлого века привела к ухудшению качественных показателей скотоводства, коневодства и домашнего олениводства. Лишь в последние годы наметились значительные изменения в сторону увеличения поголовья

сельскохозяйственных животных. Этому способствовали принимаемые меры поддержки предприятий сельского хозяйства. Распад ранее существовавшей системы централизованных поставок сельскохозяйственной продукции

и промыслов привел к необходимости совершенствовать рынок сбыта местной продукции, создать гибкую заготовительно-сбытовую систему [1].

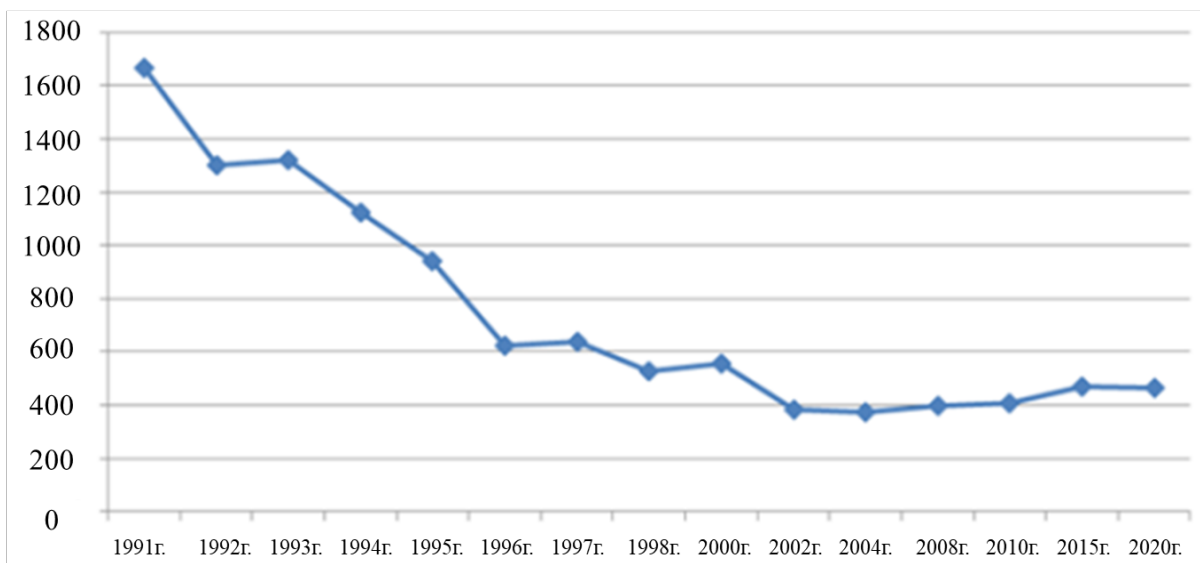


Рис. 3. Динамика численности оленей Оленекского Эвенкийского национального района за период 1991-2020 гг.

В настоящее время в районе насчитывается порядка 4643 голов оленей, что составляет только 2,7% от общей численности поголовья оленей по республике. Причем поголовье сократилось почти в 4 раза, относительно начала 1990-х.

Разведением крупного рогатого скота на территории Оленекского района занимаются только в одном наслеге — Шологонском. Село Эйик, который находится в 550 км от районного центра с. Оленек и примерно в 2800 км на-

земным путем от Якутска. В летнее время постоянного воздушного и наземного сообщения с селом нет. Усложняет авиасообщение отсутствие в Эйике авиапорта. С 2004 г. ферма КРС и конебаза находятся в балансе Эйикской агропрофилированной школы. На базе фермы и конебазы проводятся летние трудовые лагеря с привлечением местных кадров. Сенокосные работы проводятся силами местных жителей и работников школы [4].

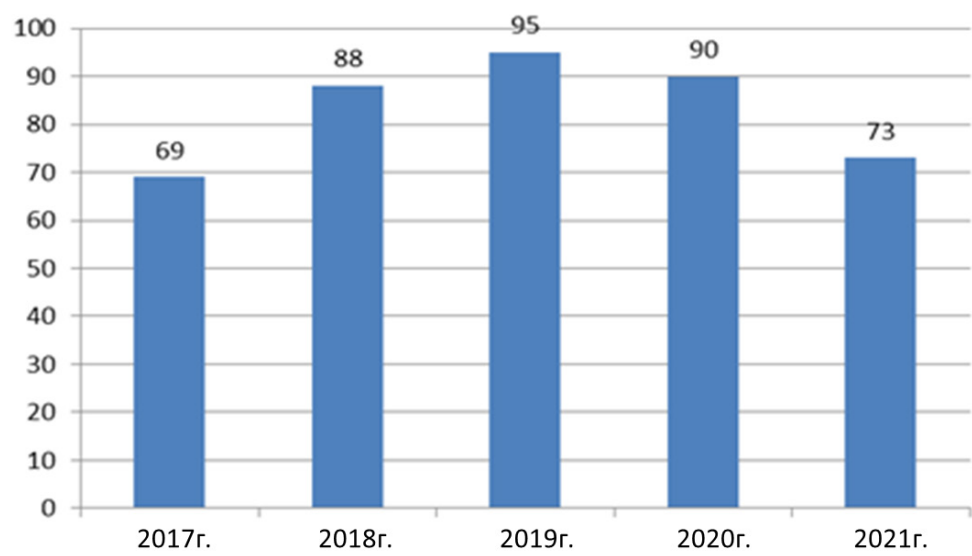


Рис. 4. Динамика численности КРС Оленекского Эвенкийского национального района за период 1991-2020 гг.

Количество голов КРС в животноводческой ферме «Быйан» и лошадей конебазы «Сылгысыт» имеет тен-

денцию к снижению, на спад поголовья в основном влияет летняя заготовка сена, которая обусловлена нехваткой ра-

бочих кадров ввиду низкой численности населения, соответствующей техники и погодными условиями [3].

В последние годы создана разветвленная сеть клубных творческих формирований, набирающих темпы развития, широко практикуется организация летних детских эстетических лагерей по различным направлениям (вокальное, танцевальное, театральное, прикладное искусство, дизайн и др.).

На территории района функционируют такие про-

мышленные предприятия как «Сургутнефтегаз», Иркутская нефтяная компания, «Таас-Юрях Нефтегазодобыча», «АЛРОСА-газ», «Нижнеленское», «Востокинжиниринг», «Алмазы Анабара», которые добывают редкоземельные металлы, алмазы и углеводороды.

В целом можно сделать вывод о достаточно значимой роли сельского хозяйства (оленоводство, скотоводство) и охотничьего промысла, а также о высоком потенциале добывающей промышленности.

Литература:

1. Иванова, Л. С. Устойчивое развитие севера на примере муниципального района «Оленекский Эвенкийский национальный район»/Л. С. Иванова // Устойчивый север: общество, экономика, экология, политика, 2021. — № 1. — с. 34-37.
2. Национальный туристический портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://russia.travel/places/296352/> (дата обращения 13.02.2022).
3. Об итогах социально-экономического развития муниципального района «Оленекский Эвенкийский национальный район» Республики Саха (Якутия) [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/430536599> (дата обращения 28.03.2022).
4. Официальный сайт Государственного собрания (Ил Тумэн) Республики Саха (Якутия) [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://old.iltumen.ru/node/1902> (дата обращения 15.03.2022).
5. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики Республики Саха (Якутия) [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://gks.ru/dbscripts/munst/munst98/DBInet.cgi> (дата обращения 11.03.2022).

Роль и значение международной инвестиционной позиции

Ташпулатова Лайло Маратовна, кандидат экономических наук, доцент;

Нуриддинов Алихон Анвар угли, студент магистратуры

Университет мировой экономики и дипломатии (г. Ташкент, Узбекистан)

В статье рассматривается теоретическая сущность международной инвестиционной позиции и факторы, оказывающие на неё влияние. Изучается состав данного макроэкономического отчета на примере следующих стран: США, Испания, Япония и Китай.

Ключевые слова: международная инвестиционная позиция, платежный баланс, состояние внешних финансовых активов и обязательств, Международный валютный фонд.

Для международных компаний, принимающих крупные инвестиционные решения, а также политических деятелей, разрабатывающих государственные программы по экономическому развитию, одним из основных источников статистических данных, использующихся для оценки инвестиционной привлекательности, вероятности дефолта по внешним обязательствам и макроэкономической стабильности являются платежный баланс и чистая международная инвестиционная позиция.

Методология составления и представления платежного баланса и чистой международной инвестиционной позиции базируется на рекомендациях Международного валютного фонда (МВФ), которые содержатся в шестой версии Руководство по платежному балансу и международной инвестиционной позиции.

Международная инвестиционная позиция была официально представлена в пятом издании Руководства по платежному балансу в 1993 году МВФ. Такая необходимость возникла в результате осложнения в разграничении финансовых потоков между национальными экономиками. Усиливающейся процесс глобализации мировой экономики потребовал в более детальном изучении макроэкономических отчетов и уточнении государственной принадлежности активов и обязательств.

Платежный баланс содержит необходимую информацию обо всех экономических сделках страны с внешним миром, которые, с одной стороны, могут обеспечить дополнительные возможности для экономического развития, а с другой — налагают определенное ограничение на экономическую политику [1].

Таблица 1. Функциональные категории и финансовые инструменты [3]

Функциональные категории и финансовые инструменты	Определение
Прямые инвестиции	Это категория иностранных инвестиций, которые осуществляются институциональной единицей-резидентом одной страны с целью осуществления контроля или приобретения устойчивого влияния на управление предприятием, расположенным в другой стране.
Портфельные инвестиции	Категория иностранных инвестиций в обращающиеся долговые ценные бумаги и ценные бумаги, обеспечивающие участие в капитале, кроме тех, которые включены в прямые инвестиции и резервные активы.
Производные финансовые инструменты	Финансовые инструменты, которые привязаны к другим специфическим инструментам, показателям или биржевым товарам и с помощью которых на финансовых рынках могут перепродаваться финансовые риски независимо от базового инструмента. Выделяются две категории производных финансовых инструментов: опционы и контракты форвардного типа.
Прочие инвестиции	Представляют собой остаточную категорию финансовых инструментов, которые не включены в категории прямых и портфельных инвестиций, производных финансовых инструментов и резервных активов. В их составе выделяются: прочее участие в капитале, наличная валюта и депозиты, ссуды и займы, страховые и пенсионные программы, программы стандартных гарантий, торговые кредиты и авансы, специальные права заимствования (СДР).
Резервные активы	Представляют собой высоколиквидные иностранные активы, которые находятся в распоряжении ЦБ и контролируются им в целях удовлетворения потребностей в финансировании платежного баланса, проведения интервенций на валютных рынках для оказания воздействия на валютный курс и в других соответствующих целях. Резервные активы включают: монетарное золото, СДР, резервную позицию в МВФ и прочие резервные активы (наличная валюта и депозиты, ценные бумаги, прочие требования).

Международная инвестиционная позиция представляет данные, касающиеся внешнего финансового положения страны на определенный момент времени (например, на конец года). Время отражения в учете финансовых статей, составляющих эту позицию, определяется принципом учета на основе начисления. Требования и обязательства возникают, когда имеет место переход права собственности между резидентами и нерезидентами, что подтверждается операциями, в которых происходит создание, преобразование, обмен, передача или исчезновение финансовых активов [2].

В свою очередь, разница между внешними финансовыми активами и обязательствами представляет собой чистую инвестиционную позицию, которая может быть положительной — страна является чистым кредитором по отношению к остальному миру — или отрицательной — страна является чистым заемщиком [3].

Чистую международную инвестиционную позицию также можно охарактеризовать, как разность стоимости активов, принадлежащих резидентам страны за рубежом, и активов, принадлежащих нерезидентам в стране базирования.

И платежный баланс, и чистая международная инвестиционная позиция — это уникальные источники информации, поскольку в них отражаются основные экономические проблемы и недостатки развития национальной экономики.

Счета платежного баланса уникальны в том смысле, что отражают реальные и финансовые потоки между данной страной и всем остальным миром. Чистая между-

народная инвестиционная позиция представляет собой категорию запаса. Таким образом, показатели международной инвестиционной позиции на конец периода являются результатом операций и прочих потоков за текущий и предшествующие периоды [4].

В чистой международной инвестиционной позиции иностранные инвестиции классифицируются на активы и обязательства, и различаются по функциональным категориям (таблица 1) на прямые, портфельные и прочие инвестиции, производные финансовые инструменты, резервные активы — которые учитываются только в части активов (см. рис. 1).

Хотя функциональные категории основаны на особенностях финансовых трансграничных операций между резидентами и нерезидентами, они так же учитывают некоторые аспекты финансовых взаимоотношений между участниками операций и детализируются по видам финансовых инструментов.

На примере США можно увидеть, что основой разрыв между активами и обязательствами приходится на портфельные инвестиции (см. рис. 2), которые включают долгосрочные долговые обязательства и ценные бумаги, обеспечивающие участие в капитале, и долговые ценные бумаги денежного рынка. Разница между активами и обязательствами по долговым ценным бумагам — колоссальная. Эта сумма равна 8,6 трлн. Долл. США, что больше номинального значения ВВП каждой страны мира, кроме Китайской Народной Республики.

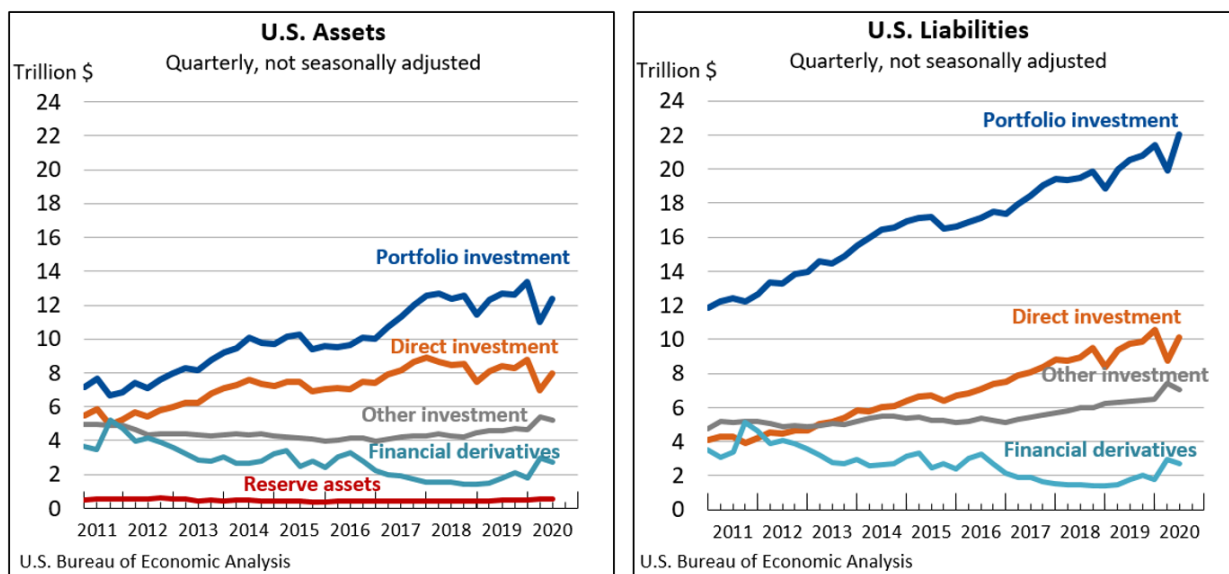


Рис. 1. Международная инвестиционная позиция США [5]

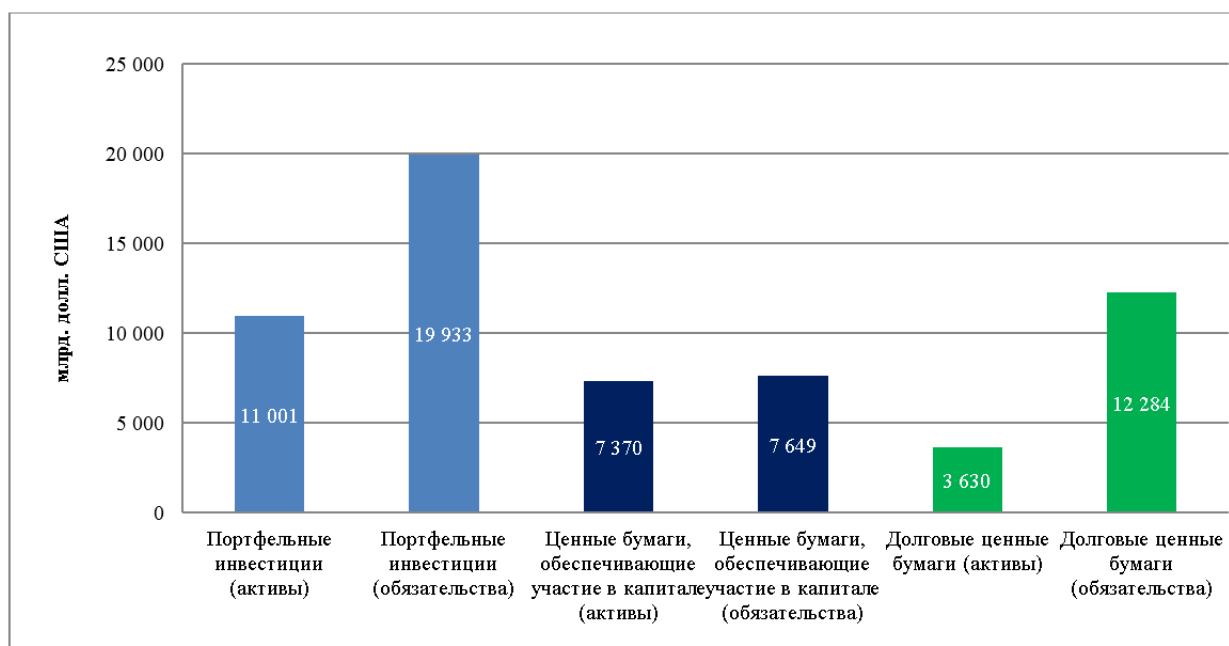


Рис. 2. Структура портфельных инвестиций по МИП США

Составлено автором на основе данных Бюро экономического анализа США [5]

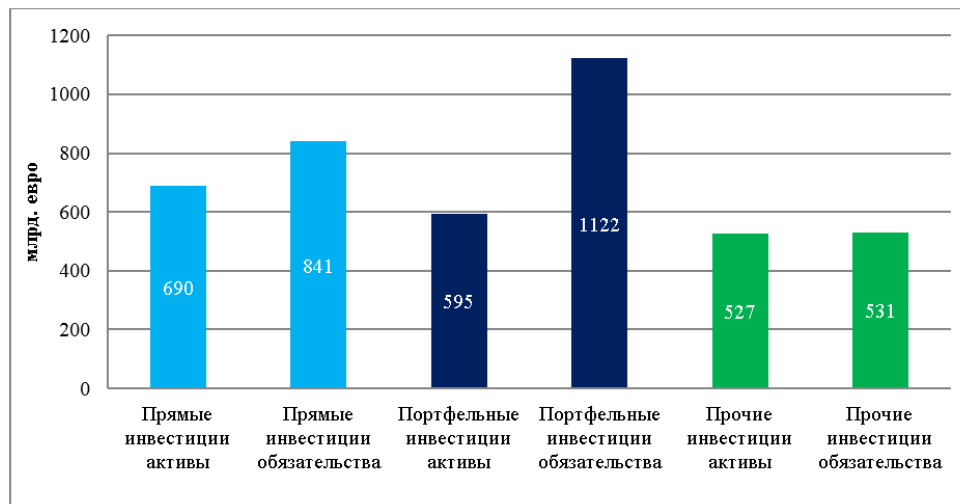
Автор предполагает, что это связано с тем, что ценные бумаги Казначейства США пользуются большой привлекательностью, которые относятся к категории максимально надежных: кредитный рейтинг AAA, установленных от ведущих мировых рейтинговых агентств. В частности, многие центральные банки и крупные инвестиционные фонды предпочитают приобретать гособлигации США в целях диверсификации и хеджирования рисков. Главными иностранными держателями ценных бумаг Казначейства США по данным министерства финансов [6] являются Япония — 1,3 трлн. долл. США, Китай — 1,1 трлн. долл. США.

Согласно данным МВФ за 2019 год, чистая инвестиционная позиция США достигла отметки в \$11,1 трлн. долл. США, возглавив список стран-заемщиков (см. таблицу 2) по международной инвестиционной позиции. Вторую строчку заняла Испания, у которой чистая инвестиционная позиция за первый квартал 2020 года составила — 878 млрд. евро [7].

Необходимо отметить, что ситуация, наблюдавшаяся в Испании и США одинаковы — основой разрыв между активами и обязательствами приходилось на портфельные инвестиции (см. рис. 3).

Таблица 2. **Топ 10 стран-заемщиков по чистой международной инвестиционной позиции (млрд. долл. США) [8]**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
United States	-6,944.2	-7,460.2	-8,129.3	-7,622.2	-9,674.4	-11,050.5
Spain	-1,202.3	-1,043.1	-1,003.3	-1,182.6	-1,092.0	-1,033.7
Euro Area	-1,676.6	-1,463.4	-987.7	-1,052.2	-545.4	-6.3
Australia	-695.2	-673.7	-702.2	-771.2	-724.9	-655.1
Brazil	-705.9	-374.7	-566.6	-645.2	-595.4	-731.2
Ireland	-406.9	-573.2	-496.9	-596.0	-677.5	-696.3
Mexico	-598.6	-600.8	-532.3	-554.8	-587.2	-652.3
France	-407.6	-309.4	-306.3	-554.2	-509.1	-625.3
Turkey	-446.1	-383.4	-367.8	-462.0	-370.5	-343.7
India	-361.5	-368.4	-367.3	-426.7	-433.7	-430.2

**Рис. 3. Основные показатели чистой МИП Испании за I квартал 2020 года**

Составлено автором на основе данных ЦБ Испании [9]

При этом разница по долгосрочным долговым бумагам в Испании составила в составе портфельных инвестиций составила 458,248 миллионов евро (см. таблицу 3). Интересно отметить, что при вложении

не менее 2 млн. евро в государственные облигации Испании со сроком погашения минимум пять лет, инвестору предоставляется возможность получения вида на жительство [8].

Таблица 3. **Структура активов и обязательств портфельных инвестиций Испании за I квартал 2020 года (млн. евро) [10]**

Вид финансовых инструментов	Активы	Обязательства
Ценные бумаги, обеспечивающие участие в капитале	293675	227415
Долгосрочные долговые ценные бумаги	368558	826806
Краткосрочные долговые ценные бумаги	9453	67622

Согласно данным МВФ за 2019 год, Еврозона является третьем по величине чистой инвестиционной позиции среди стран чистых-должников. В частности, в Испании, Ирландии и Франции наблюдались самые высокие показатели по международным обязательствам среди 27 стран

членов ЕС. В 2019 году в Испании чистая МИП была отрицательной в размере — 921,7 млрд. евро (–964,5 млрд. евро в 2018 году), в Ирландии –597,3 млрд. евро (–534,8 млрд. евро в 2018 г.) и во Франции — 564,0 млрд. евро (–385,0 млрд. евро в 2018 г.) [11].

Вместе с тем, за тот же период Германия и Нидерланды стали крупнейшими странами-кредиторами среди 27 членов ЕС. Германия показала положительную чистую МИП в размере 2,4 трлн. евро (2,1 трлн. евро в 2018 году), а соответствующее значение в Нидерландах составило

724,1 млрд. евро (547,3 млрд. евро в 2018 году). Среди топ-10 стран-кредиторов по чистой МИП (см. таблицу 4) Германия заняла второе место, а Нидерланды в свою очередь, последнюю в данном списке.

Таблица 4. Топ 10 стран-кредиторов по чистой МИП (млрд. долларов США) [8]

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Japan	2,910.5	2,715.2	2,879.2	2,916.6	3,080.4	3,339.3
Germany	1,449.3	1,535.1	1,696.8	2,205.8	2,435.5	2,777.0
China, P.R.: Mainland	1,602.7	1,672.8	1,950.4	2,100.7	2,146.1	2,124.0
China, P.R.: Hong Kong	870.2	1,003.1	1,153.8	1,421.2	1,282.5	1,563.1
Norway	710.3	698.5	736.0	883.3	798.8	991.7
Singapore	591.2	647.1	754.1	867.2	769.9	896.0
Switzerland	661.0	650.4	813.3	866.9	889.4	838.7
Saudi Arabia	791.6	689.8	597.3	623.6	657.6	671.1
Canada	27.4	323.2	304.0	586.8	564.5	774.6
Netherlands, The	391.7	367.6	457.2	529.8	636.8	819.2

Япония стала лидером по показателям чистой МИП. Основные активы страны восходящего солнца были сосре-

доточены в портфельных инвестициях (см. рис. 4), к концу 2019 размер которых был равен 500 трлн. японским иенам.

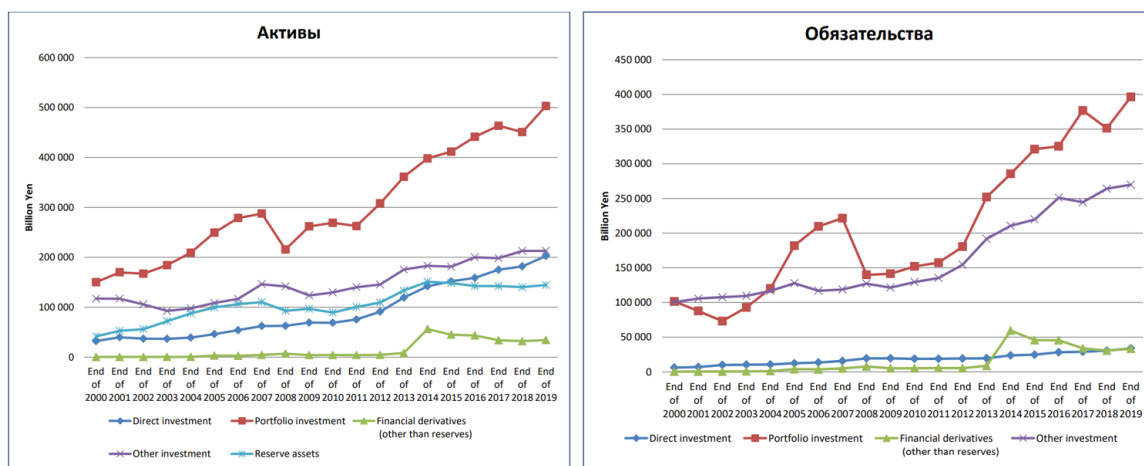


Рис. 4. Международная инвестиционная позиция Японии

Составлено автором на основе данных министерства финансов Японии [12]

По международным обязательствам в Японии, наблюдалась такая же ситуация — основную часть составляли портфельные инвестиции. Положительное значение чистой МИП за 2019 финансовый год в основном обеспечили активы по портфельным инвестициям (превысили обязательства на 106,8 млрд. японских иен), по прямым инвестициям (превысили обязательства на 168,9 млрд. японских иен) и, безусловно, по международным резервам — 144,5 млрд. японских иен. Необходимо отметить, что по размерам международных золотовалютных резервов, согласно данным МВФ, Япония стоит на втором месте, после Китая.

Совсем иначе обстоит ситуация в Китае, у которой основные международные финансовые активы были сосредоточены в международных резервах (см. рис. 5). Рост активов наблюдается и в прямых инвестициях после 2017 года. Основную долю в международных обязательствах занимают прямые иностранные инвестиции. Международные финансовые обязательства по прочим и портфельным инвестициям с 2019 года находятся практически на одном уровне.

Однако, чтобы на основе данных платежного баланса и международной инвестиционной позиции проанализи-

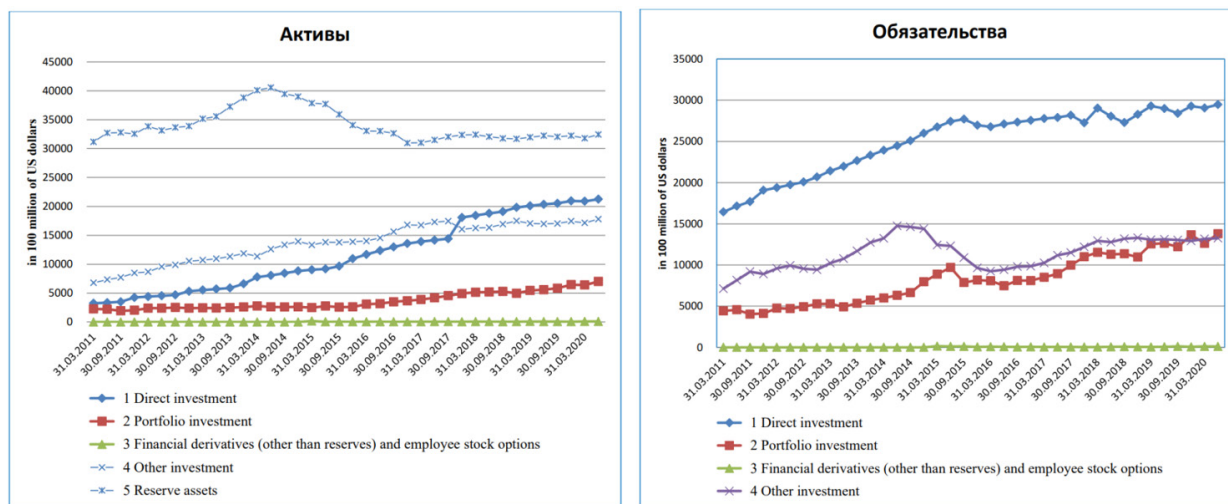


Рис. 5. Чистая международная инвестиционная позиция Китая

Составлено автором на основе данных Государственной валютной администрации Китая [13]

ровать внешнеэкономические отношения страны, нужен комплексный подход — необходимо учитывать влияние определенных экономических явлений, так как сами по себе они только отражают результаты всей экономической деятельности между резидентами и нерезидентами за отчетный период. Как говорил П. Х. Линдерт «Система счетов платежного баланса в чем-то сходна с кинокамерой. Они не могут показать нам, ... что вызывает те или иные явления, но они показывают, что же происходит, и помогают тем самым сделать собственные выводы».

При анализе международной инвестиционной позиции важно учитывать внутренние и внешние факторы — уровень развития национальной экономики и состояние мирового финансового рынка, которые оказывают значительное влияние на формирование макроэкономических показателей.

В первую очередь важно значение имеет изучение темпов экономического роста. Высокие темпы роста национальной экономики создают благоприятные условия для привлечения иностранного капитала. Это в свою очередь положительно сказывается на финансовом счете платежного баланса и росте активов инвестиционной позиции.

При этом важно учитывать национальный доход на душу населения. Страны с более высоким доходом обладают сильным экспортным потенциалом, более высоким финансовым развитием и лучшим регулированием, меньшей зависимостью от заимствований в иностранной валюте, большим пространством для повышения налогов и государственной поддержки частного сектора.

Изучая уровень дохода на душу населения можно сделать выводы о структурных изменениях экономики, производительных сил, образования, науки, культуры, уровня и качества жизни населения, человеческого капитала. Страны с меньшим значением национального дохода на душу населения имеют более высокую вероятность дефолта по сумме внешнего долга.

Не менее важно обращать внимание и на темпы инфляции. Высокие темпы инфляции внутри страны негативно влияют на платежный баланс страны и международную инвестиционную позицию. Рост цен на товары отечественных производителей снижает их конкурентоспособность на внешних рынках, что в свою очередь приводит к снижению объемов экспорта. В результате увеличивается отрицательное сальдо счета текущих операций и отток капитала из страны.

Для полноценного анализа факторов, под влиянием которых складывается международная инвестиционная позиция, важно так же изучать внешнеторговую политику государства — открытость торговли связана с более эффективным использованием экспортного потенциала и, следовательно, с большей способностью государства погашать внешний долг.

При проведении анализа внешнеторговой политики рекомендуется ориентироваться на Индекс экономической свободы. Целью расчёта индекса является измерение уровня экономической свободы в мире, основными критериями которой Институт [14] считает свободу индивидуального выбора, добровольный обмен, свободную конкуренцию и соблюдение прав частной собственности.

Для построения индекса используются около 40 показателей, объединённых в пять основных групп, где отдельно исследуется уровень свободы внешней торговли:

1. Размеры государства: расходы, налоги, предприятия
2. Правовая структура, законодательная база и защита прав собственности
3. Наличие и доступность надёжных денег
4. Уровень свободы внешней торговли:
 - a. Налоги на внешнюю торговлю
 - b. Регулятивные барьеры внешней торговли
 - c. Фактический размер внешней торговли по сравнению с ожидаемым
 - d. Разность между официальным валютным курсом и валютным курсом чёрного рынка

е. Государственный контроль международного движения капитала

ф. Степень государственного регулирования: регулирование бизнеса, труда, кредита

Данные исследования показывают, что государства с высоким уровнем экономической свободы существенно опережают экономически несвободные страны по показателям благосостояния [15].

Это обусловлено тем, что сокращение экономических функций государства и передача ответственности за принятие экономических решений предпринимателям, как правило, приводит к значительному росту обществен-

ного благосостояния. Страны, проводящие политику экономической свободы, создают благоприятные условия для торговли и предпринимательства, которые, в свою очередь, генерируют экономический рост [15].

На формирование международной инвестиционной позиции сильное влияние оказывают международные резервы — международные активы, которые находятся в распоряжении органов денежно-кредитного регулирования. И уровень их диверсификации играет важную роль для обеспечения макроэкономической стабильности на случай реализации различных сценариев.

Литература:

1. Л. М. Ташпулатова. Макроэкономический анализ. Ташкент: УМЭД, 2006.
2. Международный Валютный Фонд. Статистический департамент. Международная инвестиционная позиция: Пособие по источникам данных. Вашингтон, 2002 года.
3. Банк России. Методологический комментарий к международной инвестиционной позиции.
4. МВФ: Руководство по платежному балансу и международной инвестиционной позиции. Шестое издание (РПБб)
5. Bureau of Economic Analysis, USA, <https://www.bea.gov/data/intl-trade-investment/international-investment-position>
6. Министерство финансов США/Департамент казначейства США: <https://ticdata.treasury.gov/Publish/mfh.txt>
7. Центральный банк Испании: <https://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/a1721e.pdf>
8. Источник: IMF, <https://data.imf.org/?sk=7A51304B-6426-40C0-83DD-CA473CA1FD52&id=1484235662234>
9. Центральный банк Испании: <https://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/a1721e.pdf>
10. Активы, Центральный банк Испании: <https://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/a1723e.pdf>
11. Обязательства, Центральный банк Испании: <https://www.bde.es/webbde/es/estadis/infoest/a1728e.pdf>
12. Евростат: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/44015.pdf>
13. Источник: Министерство финансов Японии: https://www.mof.go.jp/english/international_policy/reference/iip/index.htm
14. Источник: State Administration of Foreign Exchange, China: <http://www.safe.gov.cn/en/2018/0928/1459.html>
15. Исследование выпускается американским исследовательским центром Институт Катона (Cato Institute) в рамках одноименного исследовательского проекта.
16. Источник: <https://gtmarket.ru/ratings/index-of-economic-freedom>

Нарушения учета на забалансовых счетах, влияющие на искажение бюджетной отчетности

Титова Елена Александровна, старший бухгалтер
УФСИН России по Томской области

В статье рассмотрены основные нарушения и ошибки, допущенные при ведении учета на забалансовых счетах, повлиявшие на искажение бюджетной отчетности в казенных учреждениях за 2021 год, а также произведен анализ нормативно-правовых актов, детальное изучение которых позволит не допускать искажений форм бюджетной отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерская финансовая отчетность, забалансовый счет, исправление ошибок прошлых лет на забалансовых счетах.

В соответствии с пунктом 1 статьи 13 Федерального закона о бухгалтерском учете от 06.12.2011 N 402-ФЗ бухгалтерская (финансовая) отчетность любого экономического субъекта должна давать достоверное представ-

ление о финансовом положении этого экономического субъекта на отчетную дату, о финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, необходимое пользователям этой отчетности

для принятия экономических решений [1]. Бухгалтерская (финансовая) отчетность любого экономического субъекта должна составляться на основе достоверных данных, содержащихся на счетах бухгалтерского учета. За последние годы бюджетный учет претерпел значительные изменения. Начиная с 2018 года ежегодно в действие вступают все новые и новые федеральные стандарты бухгалтерского учета, а с началом действия последних вносятся существенные изменения в основные инструкции по бюджетному учету. Бухгалтер бюджетной сферы постоянно должен быть в курсе всех нововведений и изменений в законодательстве, чтобы не допускать неверного отражения фактов хозяйственной жизни в учете учреждения. Так как любое неверное (ошибочное) отражение данных в бюджетном учете экономического субъекта может повлечь искажение бюджетной отчетности.

В настоящее время, все больше и больше внимание ревизоров обращено на правильность ведения учета на забалансовых счетах. И очень часто из-за пренебрежительного отношения к учету имущества и обязательств, находящихся за балансом учреждения, проверяющие выявляют ошибки именно по счетам забалансового учета. Такие ошибки, как минимум, классифицируются как нарушение методологии ведения бухгалтерского учета, приведшее к искажению данных бухгалтерской (финансовой) отчетности. А за искажение бухгалтерской (финансовой) отчетности грозит штраф.

В 2021 году в рамках внутреннего финансового контроля, ревизий финансово-хозяйственной деятельности казенных учреждений выявлены следующие нарушения и ошибки забалансового учета:

1. Счет 01 «Имущество, полученное в пользование»

Одной из распространенных ошибок в 2021 году является учет неисключительных прав пользования на результаты интеллектуальной деятельности (бухгалтерские программы, программы для ЭВМ, справочные правовые системы, антивирусные программы и т.д.) за балансом на счете 01 «Имущество, полученное в пользование».

Приказом Минфина России от 14.09.2020 N 198н внесены изменения в пункт 333 Инструкции 157н, согласно которым учет прав пользования объектами интеллектуальной деятельности на **счете** 01 «Имущество, полученное в пользование» с 2021 года не осуществляется.

Порядок учета прав пользования зависит от срока полезного использования данных прав и урегулирован нормами стандарта «Нематериальные активы». Так, с 1 января 2021 года учет неисключительных прав пользования на результаты интеллектуальной деятельности (прав пользования на результаты интеллектуальной деятельности в соответствии с лицензионными договорами либо иными документами, подтверждающими существование права на результаты интеллектуальной деятельности) со сроком полезного использования более 12 месяцев осуществляется на балансе с использованием счета 111.60 «Права пользования нематериальными активами».

2. Счет 02 «Материальные ценности на хранении»

Для примера рассмотрим порядок выбытия компьютерной техники. Нельзя просто выбросить системный блок, монитор, принтер, которые, в связи с их моральным или физическим износом, учреждение больше не может эксплуатировать. После принятия решения о списании такого имущества, оно подлежит утилизации. Утилизацию оргтехники, как правило, выполняют специализированные организации. С даты принятия решения о списании и до момента передачи списанной оргтехники на утилизацию учет ее ведется за балансом на счете 02 «Материальные ценности на хранении». При этом приходует списанную оргтехнику на 02 счет не по стоимости, по которой она учитывалась на балансе, а в условной оценке: один объект, один рубль. (основание п. 335 Инструкции 157н) [2].

Также необходимо обратить внимание на вступивший в силу с 1 марта 2022 года приказ Минприроды от 11.06.2021 года № 399, где утверждены требования при обращении с отходами I-V класса опасности. К таким отходам отнесены: аккумуляторы и аккумуляторные батареи транспортных средств, так и не относящиеся к транспортным средствам; оборудование электронное, компьютерное, оптическое; минеральные и синтетические масла, утратившие свои потребительские свойства; отходы шин, покрышек, камер; и прочее. Согласно данному приказу, все юридические лица обязаны передавать такие отходы для утилизации в течение 11 месяцев с момента их образования. Таким образом, учет данного имущества должен осуществляться за балансом на счете 02 и не может составлять более 11 месяцев.

3. Счет 09 «Запасные части к транспортным средствам, выданные взамен изношенных»

В нарушение пункта 349 Инструкции 157н в казенном учреждении с балансового счета 105.36 «Прочие материальные запасы» была списана без учета на 09 забалансовом счете аккумуляторная батарея, установленная в транспортное средство взамен пришедшей в негодность. На основании Инструкцией 157н учет материальных ценностей, выданных на транспортные средства взамен изношенных, в целях контроля за их использованием осуществляется за балансом на счете 09 «Запасные части к транспортным средствам, выданные взамен изношенных» [2].

Необходимо обратить внимание и на то, что перечень материальных ценностей, учитываемых на 09 счете (двигатели, аккумуляторы, шины и покрышки и т.п.), необходимо определить учетной политикой учреждения. К примеру, в процессе хозяйственной деятельности учреждения была приобретена и заменена в рамках текущего ремонта транспортного средства коробка передач «КПП Лада Ларгус JH3» стоимостью 56600 рублей. При списании бухгалтер, обратив внимание на существенную стоимость коробки передач, оприходовала ее на 09 счет как запасную часть транспортного средства, выданную взамен изношенной. В рамках учетной политики учреждения не установлено, что на 09 счете ведется учет коробок передач. При проверке данная ошибка будет обязательно указана

ревизорами, как нарушение методологии ведения бухгалтерского учета и искажение бухгалтерской отчетности, если неверные (искаженные) остатки по 09 счету попадут в отчетные формы 0503130, 0503168.

4. Счет 10 «Обеспечение исполнения обязательств»

В казенном учреждении в нарушение пункта 351 Инструкции 157н не велся учет поручительств, банковских гарантий, выданных банком учреждению-заказчику в качестве обеспечения заявок, исполнения контрактов, гарантийных обязательств в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ. Полный перечень банковских гарантий, полученных учреждением-заказчиком можно было посмотреть на сайте ЕИС в разделе «Реестр банковских гарантий». С 01.01.2022 года вступили в действие изменения в Федеральный закон № 44-ФЗ, в соответствии с которыми в качестве обеспечений исполнения контракта, обеспечения исполнения гарантийных обязательств выступает «Независимая гарантия». Независимую гарантию выдают не только банки, но и иные уполномоченные на то организации. Информацию по независимым гарантиям можно также найти в системе ЕИС. Принимать к учету независимые гарантии необходимо на основании первичных учетных документов в сумме обязательств, в обеспечении которых они получены. При исполнении обеспечения, исполнения обязательства, в отношении которого было получено обеспечение, независимую гарантию с учета нужно списать.

5. Счет 21 «Основные средства в эксплуатации»

В нарушение пункта 99 Инструкции 157н на 21 забалансовом счете казенного учреждения числились, приобретенные учреждением в 2021 году и введенные в эксплуатацию бензопилы стоимостью за единицу 8900,00 рублей. Пункт 99 Инструкции 157н содержит перечень ценностей, которые независимо от своей стоимости и срока службы должны быть отнесены к материальным запасам. В том числе, в перечень, входят и бензодвигательные пилы. Данное нарушение привело к искажению бухгалтерского учета и отчетности по формам 0503130, 0503121, 0503123, 0503168, 0503169.

В нарушение пункта 373 Инструкции 157н, пункта 39 СГС «Основные средства» в составе основных средств на балансовом счете 101.36 «Инвентарь производственный и хозяйственный» числились шкафы «Практик» в количестве 10 штук стоимостью 9140,00 рублей за единицу, принятые к учету и введенные в эксплуатацию учреждением в ноябре 2021 года. При принятии их к учету ошибочно был выбран способ начисления амортизации в размере «100% первоначальной стоимости при выдаче его в эксплуатацию». Так как шкафы фактически использовались в деятельности учреждения, то в том же месяце была единовременно начислена амортизация в размере 100% их балансовой стоимости и отражена на счете 104.36 «Амортизация инвентаря производственного и хозяйственного». Данное нарушение привело к искажению бюджетного учета и искажению форм 0503130, 0503121, 0503168 бюджетной отчетности.

В соответствии с пунктом 373 Инструкции 157н на забалансовый счет 21 «Основные средства в эксплуатации» принимаются к учету объекты основных средств на основании первичного документа, подтверждающего ввод (передачу) объекта в эксплуатацию в условной оценке: один объект, один рубль, в случае утверждения учреждением в рамках формирования учетной политики иного порядка — по балансовой стоимости введенного в эксплуатацию объекта [2]. Таким образом, если принятие находящихся в эксплуатации учреждения объектов основных средств стоимостью до 10000 рублей включительно осуществляется по балансовой стоимости, введенного в эксплуатацию объекта, данный порядок обязательно пропишите в своей учетной политике.

В нарушение пункта 39 СГС «Основные средства» на балансе учреждения в 2021 году на счете 101.34 числится введенный в эксплуатацию принтер, стоимостью 8400 рублей выпуска 2016 года, полученный от вышестоящей организации в порядке внутриведомственного перемещения. Это объект учета, имеющий балансовую стоимость от 3000 рублей до 10000 рублей включительно, принятый к учету и введенный в эксплуатацию вышестоящей организацией до 1 января 2018 года, т.е. до вступления в силу стандарта «Основные средства», по которому начислена амортизация в размере 100% балансовой стоимости. При внутриведомственной передаче основного средства от одной организации бюджетной сферы другой была передана как балансовая стоимость объекта учета, так и сумма начисленной на объект нефинансового актива амортизации (пункт 29 Инструкции 157н, пункт 24 СГС «Основные средства»). Для принимающей стороны данное основное средство, независимо от того, как вел учет его предыдущий балансодержатель, является вновь поступившим имуществом. Следовательно, отражать это имущество учреждение-получатель должно по правилам, действующим на момент его поступления, т.е. принять основное средство к учету по общим правилам (на баланс), а затем списать его при вводе в эксплуатацию на забалансовый счет 21.

И так, на что нужно обратить внимание при организации учета на 21 забалансовом счете. Основные средства стоимостью до 10000 рублей первоначально принимаются к учету на баланс и числятся на счете 101.00 до момента ввода его в эксплуатацию. Отражаются они на счете 101.00 по первоначальной стоимости. Принятие к учету объектов основных средств на счет 21 осуществляется на основании первичного документа, подтверждающего ввод (передачу) объекта в эксплуатацию в условной оценке: один объект, один рубль. Но возможен учет и по балансовой стоимости, сложившейся на момент списания. Такой способ обязательно нужно утвердить в учетной политике учреждения.

6. Счет 27 «Материальные ценности, выданные в личное пользование работникам (сотрудникам)»

В нарушение пункта 385 Инструкции № 157н не отражены за балансом на 27 счете основные средства (ноутбук и мобильный телефон), выданные сотруднику для испол-

нения служебных обязанностей в дистанционном режиме. Хотя в Инструкции 157н данная норма указана и должна применяться учреждениями с 1 января 2021 года, так как счет 27 предназначен для учета «форменного обмундирования, специальной одежды, материальных ценностей, относящихся к объектам основных средств и иного имущества, выданного учреждением в постоянное личное пользование работникам для выполнения ими служебных (должностных) обязанностей, предусматривающих использование полученного имущества, в том числе за пределами территории учреждения, вне продолжительности действующего режима рабочего времени, в целях обеспечения контроля за его сохранностью, целевым использованием и движением» [2].

Сами по себе забалансовые счета являются вспомогательными, а движение по ним не влияет на формирование финансового результата учреждения. Но в то же время, пренебрежительно относится к забалансовому учету нельзя, так как учреждения обязаны представлять в составе годовой отчетности информацию о забалансовых счетах. В частности, согласно **Инструкции № 191н** справка о наличии имущества и обязательств на забалансовых счетах в составе баланса (форма 0503130), а также раздел 3 формы 0503168 «Сведения о движении нефинан-

совых активов» формируются на основании показателей по имуществу и обязательствам, учтенным за балансом и отраженных на соответствующих счетах. Таким образом, ошибки, допущенные в порядке ведения учета на забалансовых счетах, повлекут искажение бюджетной (финансовой) отчетности, что может привести к привлечению должностного лица к административной ответственности по статье 15.11 КоАП и *штрафу от 5000 до 10000 рублей*.

Ошибки, выявленные на забалансовых счетах, исправляются в следующем порядке: по кредиту забалансового счета отражается уменьшение объекта учета, если объект числился ошибочно, а по дебету отражается увеличение объекта учета, если в результате ошибки объект к учету принят не был. Таким же образом исправляются на забалансовых счетах ошибки прошлых лет. Так как для забалансовых счетов двойная запись не предусмотрена, то применять правила исправления ошибок прошлых лет через специальные счета в данных случаях нельзя. Если же после исправления ошибок меняются остатки на забалансовых счетах, то их казённые учреждения обязаны отразить в разделе 3 Сведений об изменении валюты баланса формы 0503173.

Информацию об исправленных ошибках прошлых лет необходимо раскрыть в пояснительной записке.

Литература:

1. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;
2. Приказ Минфина РФ от 1 декабря 2010 г. N 157н «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению».

Повышение уровня рентабельности производства ООО «Агрофирмы Мичурина»

Черных Елена Андреевна, студент

Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В статье рассмотрели основные показатели деятельности предприятия ООО «Агрофирмы Мичурина», а также показатели рентабельности. Сейчас на предприятии используется привязное содержание — традиционный, наиболее распространенный способ в отечественном молочном скотоводстве. Для повышения рентабельности производства. Планируем переход на беспривязное содержание. Для перехода на наиболее эффективную технологию производства продукции необходимо строительство молочной фермы под беспривязное содержание 330 голов доильным роботом Lely Astronaut A4.

Ключевые слова: рентабельность, Пермский край, беспривязное, содержание, производство.

Для исследования выбрана ООО «Агрофирма Мичурина», которое расположено по адресу: Пермский край, Карагайский р-н, с. Обвинск.

Основные финансовые результаты деятельности ООО «Агрофирма Мичурина» за весь рассматриваемый период приведены ниже в таблице 1.

За 2021 год годовая выручка равнялась 72539 тыс. руб. Годовая выручка за 3 последних года выросла на 24090 тыс. руб.

Прибыль от продаж за период 01.01-31.12.2021 равнялась 11746 тыс. руб. В течение анализируемого периода (с 31.12.2018 по 31.12.2021) наблюдалось весьма значительное, в 4,1 раза, повышение финансового результата от продаж. Далее оценили экономическую эффективность результатов деятельности в таблице 2.

Таблица 1. Основные финансовые результаты деятельности ООО «Агрофирма Мичурина»

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение показателя	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	тыс. руб. (гр. 4 — гр. 2)	± % ((4-2): 2)
1. Выручка	48449	60922	72539	+24090	+49,7
2. Расходы по обычным видам деятельности	45567	54955	60793	+15226	+33,4
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	2882	5967	11746	+8864	+4,1 раза
4. Чистая прибыль (убыток) (5-6+7)	7590	9761	19955	+12365	+162,9

Таблица 2. Анализ рентабельности ООО «Агрофирма Мичурина»

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)			Изменение показателя	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	коп., (гр. 4 — гр. 2)	± % ((4-2): 2)
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: 9% и более.	5,9	9,8	16,2	+10,3	+172,2
2. Рентабельность продаж по ЕБИТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	18,7	17,5	28,5	+9,8	+52,5
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: не менее 6%.	15,7	16	27,5	+11,8	+75,6

За 2021 год организация получила прибыль как от продаж, так и в целом от финансово-хозяйственной деятельности, что и обусловило положительные значения всех трех представленных в таблице показателей рентабельности. Прибыль от продаж в анализируемом периоде составляет 16,2% от полученной выручки. При этом имеет место положительная динамика рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за 2019 год (+10,3%). Рентабельность, рас-

считанная как отношение прибыли до налогообложения и процентных расходов (ЕБИТ) [1, с. 47] к выручке организации, за последний год составила 28,5%. То есть в каждом рубле выручки ООО «Агрофирма Мичурина» содержалось 28,5 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

Рентабельность использования вложенного в предпринимательскую деятельность капитала представлена в следующей таблице 3.

Таблица 3. Анализ рентабельности капитала ООО «Агрофирма Мичурина»

Показатель рентабельности	Значение показателя, %			Изменение показателя
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	
Рентабельность собственного капитала (ROE)	11,8	13,7	24,8	+13
Рентабельность активов (ROA)	9,6	11,5	21,4	+11,8
Прибыль на задействованный капитал (ROCE)	12,6	14,3	25,3	+12,7
Рентабельность производственных фондов	3,8	7,3	13	+9,2
Справочно: Фондоотдача, коэфф.	1	1,2	1,3	+0,3

За период 01.01-31.12.2021 каждый рубль собственного капитала ООО «Агрофирма Мичурина» обеспечил чистую прибыль в размере 0,248 руб. За 3 года рентабельность собственного капитала выросла на 13%. За 2021 год значение рентабельности собственного капитала является вполне соответствующее нормальному. За период с 01.01.2021 по 31.12.2021 рентабельность активов составила 21,4%; это намного больше значения за 2019 год. Рен-

табельность активов сохраняла нормативные значения в течение всего периода.

Рентабельность производства — это отношение чистой прибыли к стоимости основных фондов и оборотных средств. Фактически рентабельность производства показывает эффективность работы всей компании. Анализ рентабельности производства ООО «Агрофирма Мичурина» показан в таблице 4.

Таблица 4. Анализ рентабельности производства ООО «Агрофирма Мичурина»

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение показателя
Чистая прибыль, тыс. руб.	7590	9761	19955	12365
Основные фонды, тыс. руб.	46586	51730	60393	13807
Оборотные средства, тыс. руб.	34362	37095	37301	2939
Рентабельности производства, %	9,38	10,99	20,43	11,05

Рентабельность производства за период исследования увеличилась с 9,38% до 20,43%.

Сейчас на предприятии используется привязное содержание — традиционный, наиболее распространенный способ в отечественном молочном скотоводстве. Для повышения рентабельности производства. Планируем переход на беспривязное содержание. Для перехода на наи-

более эффективную технологию производства продукции необходимо строительство молочной фермы под беспривязное содержание 330 голов доильным роботом Lely Astronaut A4. В результате уровень рентабельности производства ООО «Агрофирмы Мичурина» увеличиться, так как показано в таблице 5.

Таблица 5. Изменение рентабельности производства ООО «Агрофирмы Мичурина»

Показатель	2021 г.	2023 г. (прогноз)	Изменение показателя
Чистая прибыль, тыс. руб.	19955	23946	3991
Основные фонды, тыс. руб.	60393	76643	16250
Оборотные средства, тыс. руб.	37301	37301	0
Рентабельности производства, %	20,43	21,02	0,59

В результате рентабельность производства ООО «Агрофирмы Мичурина» увеличиться на 0,59%, то есть предложенный проект необходимо внедрять.

Литература:

1. Лопарева, А. М. Экономика организации (предприятия)/А. М. Лопарева. — М.: Финансы и статистика, 2017. — 240 с.
2. Магомедов, М. Д. Экономика организации (предприятия)/М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. — М.: Дашков и Ко, 2015. — 276 с.
3. Мормуль, Н. Ф. Экономика предприятия. Теория и практика/Н. Ф. Мормуль. — Москва: Мир, 2018. — 190 с.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Analysis of China's Short video marketing model — Douyin Platform as example

Ma Jingzhao, student master's degree

Scientific adviser: Sarkisyan Ovik Armikovich, candidate of technical sciences, associate professor
Peoples' Friendship University of Russia (Moscow))

In the era of new media, with the rapid development of mobile Internet technology and the high popularity of mobile terminal equipment, the marketing positions of various industries have also been transferred. Relying on the characteristics of simplification of content production, fragmented dissemination, cross-platform dissemination, and strong interaction, short videos have quickly gained a large number of mobile users. Some brand merchants and users have seen the dividends brought about by the development of short videos, and they have settled in short video platforms one after another, which has spawned a new marketing model based on corporate marketing, Internet celebrity marketing, and user marketing. However, behind short video marketing, there are also problems such as homogenization of content, irregular product sources and channels, and incomplete product characteristics, which need to be solved urgently.

Keywords: new media, Douyin, Short video marketing

With its simple content production, fast dissemination speed, vivid and interesting picture presentation, and integrated use of popular music and venues, short videos have led the trend of the new media era and become a new marketing communication position favored by various industries. Therefore, an emerging marketing communication model came into being — short video marketing model. Among the short video platforms such as Douyin, Kuaishou, Volcano, and Second Shot, Douyin is the most representative short video platform. Since its launch, it has occupied the top position in short video traffic, and the number of users has continued to grow [1]. This article studies the marketing characteristics and marketing model of Douyin short videos, as well as reflections on this model, with a view to providing a reference for companies that want to enter Douyin for short video marketing.

The fit point between Douyin and short video marketing

The reason why short video marketing has been able to enter the user's vision and prosper, and has become a popular marketing model for user groups, is mainly based on the following characteristics of short videos:

1) Simple content production

The short video platform represented by Douyin encourages users from all walks of life to participate in the production and release of original short videos. Users can use the functions that come with Douyin to create short videos. At the beginning of short video creation, many amateurs and even Internet celebrities did not have professional short video shooting and editing capabilities, but through the editing and special effects functions that come with Douyin, they can simply make a short video without exposing their own creative

level. This allows mobile short video users to shoot and create short videos anytime, anywhere, and publish their own original short videos. It is precisely thanks to the simplification of short video creation that user content production has become mainstream, which has promoted the prosperity of short video content creation.

2) Fragmented spread

The Internet provides technical conditions for the widespread dissemination of short videos, making it more convenient to record and watch short videos, adapting to the fast-paced reading habits of users in the new era, and at the same time filling the fragmented time of users. In addition, the fragmented dissemination of short videos can realize the maximum transmission of effective information in a limited period of time, and users can receive all the information of short videos in a short period of time. Using fragmented time, short video marketing has also evolved into marketing with intermittent processes and continuous effects, maximizing marketing effectiveness [2].

3) Cross-platform dissemination

Some daily short videos have a high degree of adhesion to users' lives, which can attract users' attention, thereby generating a fan effect and stimulating users to have a strong desire to share. Users can selectively spread the content of short videos according to their personal preferences, and finally realize the fission spread of short videos after multiple subjects spread them. At this stage, the Douyin platform supports one-click login authorized by social software accounts such as WeChat, Weibo, and QQ. Users can forward short videos from the Douyin platform to various associated social software plat-

forms with one click to realize cross-platform dissemination of short videos [1].

4) Effective communication

At this stage, the short video platforms represented by Douyin are all highly interactive. In addition to cross-platform communication and interaction, strong interaction can also be achieved within the short video platform to achieve effective communication between users. First, within the short video platform, users can interact with short video creators by leaving a message or sending a private message under the video posted by the short video creator; users can also like, share, and bookmark the short video, leaving their own browsing traces. Second, this kind of interaction just meets the basic social and commercial needs of short video creators. On the one hand, short video creators interact with users to understand their interests and preferences, laying the foundation for creating works that meet the needs of the audience in the future. On the other hand, based on users' love for their own short videos, short video creators can accumulate a group of fans of their own, monetize them through fans later, and enjoy the economic benefits of short videos.

Analysis of the marketing model of short videos

1) Corporate marketing: open an official corporate account

The process of traffic conversion of Douyin short videos is «content production — traffic harvesting — traffic conversion». In this process, the content quality of short videos is an important factor affecting the dissemination effect. After each company opens its own official Douyin account on Douyin and authenticates the company, users can quickly lock in the company from many brands with the same name. Subsequently, companies can post some short videos that are close to their own brand tone and interesting on certified official accounts to attract users. Compared with traditional advertising, such short videos that use scenario stories to show one's own brand are closer to life and more grounded in the eyes of users, which can narrow the distance between users and enterprises. The short video time is short, and the number of releases is not limited. Therefore, companies can shoot multiple short videos around their products to show as many product features and product advantages as possible, and use the «top» setting to highlight the short videos that can most attract consumers at the top of the short video homepage.

For example, Innisfree has opened its own official account on Douyin and passed corporate certification. Users can quickly find Innisfree's official account among the many brands with the same name. In the introduction of the homepage of the official account, Innisfree introduced the brand tone of its products through short text. Immediately afterwards, Innisfree focused on the brand tone of «the beauty of the skin, the protection of nature' in the top three short videos. By showing green forests, clear water and blue sky, and natural plants, users can feel the nature and purity of the product. In addition, Innisfree has also released many short videos of other products. The shooting content is specific to the efficacy of each product. It mainly introduces the functional characteristics of the product to users through short plot-style videos.

2) Wanghong marketing: Create a differentiated Wanghong design

There are various Internet celebrities in the Douyin platform, and each Wanghong has created their own unique personality in their respective fields. These Wanghongs attract a group of fans who like this «human design» by creating a human design, and after the fans have accumulated to a certain extent, they can realize the monetization of fans. The most common form of monetization for Wanghong is to receive advertisements. After Wanghongs have a certain amount of fans, they will not accept various advertisements indiscriminately. Most Wanghongs will combine their «personal settings» and their fields to receive advertisements that match their «personal settings». Advertisers will also be more inclined to look for Wanghong who match their own product characteristics to promote their products, which is more conducive to increasing fans' acceptance of the product and quickly turning fans into potential consumers of the product [3].

Taking Douyin's popular science videos of traditional Chinese medicine as an example, many attending physicians in top three hospitals have opened their own Douyin accounts. They attract users by shooting short videos of medical science related to their own fields. Lao Wu, an obstetrician and gynecologist with 7.6 million Douyin followers, has shared a lot of little knowledge about maternal and child care on his homepage. Therefore, most of the users who follow him are pregnant women and Bao Ma. In addition, most of the advertisers who look for him for brand marketing are infant product companies. Compared with other channels to understand and buy infant products, consumers are more confident in the professional recommendations of professional doctors [4].

3) User marketing: viral spread

In addition to representative corporate marketing and Internet celebrity marketing, users also have marketing power that cannot be ignored. The marketing behavior of users is often spontaneous. They watch some popular short videos and rush to imitate them after they resonate, placing themselves in a certain trend. The starting point of user marketing is often highly entertaining, which is different from the strong purposefulness of corporate marketing and Internet celebrity marketing. At the same time, user marketing tends to have a greater influence, and it shows a viral spread in terms of communication methods.

For example, the theme song of «Michelle Ice City» is popular with Douyin with a simple brainwashing melody. Users only participate in the dissemination of the theme and the singing of copyrighted songs out of fun and interesting psychology. «Michelle Ice City» officials also seized the marketing opportunity. Some stores launched activities to sing and give away drinks, which prompted more Douyin users to actively participate in the activities and increased the visibility of their own brand. There are even many users who use the theme song of «Michelle Ice City» as their call ringtone and alarm clock ringtone [1].

Reflection on the short video marketing model

Douyin has a strong user gathering power. With its rich communication content and wide range of dissemination, it

has gradually become the main position for companies to promote their own products. However, the emergence of any kind of new media is a double-edged sword, and the advantages of Douyin may also be transformed into disadvantages in some ways. Therefore, we need to reflect on the problems in Douyin short video marketing and further study improvement measures.

1) The content is low in originality and the homogeneity is serious

Douyin is filled with a large number of works, but the quality of the works varies, and many works show homogenization and low originality. This homogenization phenomenon is mainly reflected in the creation of short video content and the push of short video content. First, the homogenization of short video content creation refers to the high degree of similarity in the output of short video content, and users can get together to shoot whatever content is popular. This makes many users don't need to think about what to shoot at all, they just need to follow the trend and imitate the popular short video content. Second, the homogenization of short video content delivery refers to the use of big data technology in the Douyin background to judge users' interests and hobbies, and then make personalized recommendations based on users' preferences. This allows users to always browse to similar short video content. In the long run, it will cause users to experience aesthetic fatigue and resistance, which in turn will affect the impression of the product in the hearts of users [4].

In view of the homogenization of short video content creation, Douyin can introduce measures to encourage users to publish original short videos, such as giving more exposure to high-quality original short videos and motivating more users to join the original team. Today, Douyin has established an original creators Alliance to provide copyright protection and rights protection prosecution services for original short video creators. In view of the homogenization of short video content delivery, companies can use some popular music and combine some vibrato stems to design personalized product slogans to increase the interest of short videos and reduce the disgust of users when they see advertisements.

2) Product sources and channels are not standardized, and the quality is uneven

Douyin is filled with a large number of businesses. In addition to some well-known big brands, there are more unknown niche brands. Many anchors who promote products on Douyin are only responsible for product recommendations, and they have no real understanding of the actual use effect of the product, whether the product formula is safe, and whether the source is formal. This will lead to a large number of consumers of some net celebrity products, but there will be many problems after consumers use them. Sometimes after consumers receive the goods, they find that the use effect of the goods is

completely different from that described by the Internet celebrity anchor, and even the products recommended by some celebrity anchors will have fakes. Therefore, the source channels of Douyin products urgently need to be standardized.

In view of the above problems, Douyin can standardize the source channels of products from three aspects. First, starting from the inside, Douyin can set up a professional verification team for different product categories to verify merchant information and product sources, and seal the product in time if there is a problem; second, Douyin can encourage consumers to report problematic products in real name, and deal with merchants after verifying that they are correct; third, Douyin can also sign cooperation agreements with merchants, and merchants can use the formal product source channels provided by Douyin. In addition, Douyin should also improve the after-sales service guarantee system to protect the legitimate rights and interests of consumers. When the communication between consumers and businesses is invalid, they can apply for Douyin to intervene and solve the problems they encounter in a timely manner.

3) The short video duration is limited, and the product characteristics are not fully reflected

The «shortness» of short videos is mainly relative to medium and long videos. This kind of «shortness» can be more focused on the content, allowing users to understand the main features of the product within one minute. This also makes it necessary for marketing short videos to show where they attract consumers the most within this minute. But it is more difficult to do this. It is impossible to show all the advantages of a product in just one minute, and it is not conducive to attracting consumers to buy products by focusing only on the accumulation of advantages [5].

In this regard, short videos of marketing and promotion can supplement product information with medium and long videos. Product promoters can use short videos to show the most prominent features of the product, and then shoot medium- and long-length videos to introduce the features and functions of the product in detail. When consumers see short videos and become interested in products, they can further watch medium- and long-length videos that detail the products to increase their understanding of the products.

Conclusion

The development of short video in the new media era is unstoppable. Relying on its own advantages, short video marketing has gathered a large number of user groups, reshaped the traffic pattern, and provided new marketing growth space for marketing entities to tap new economic benefits. In view of the current problems of homogenization of content and irregular product sources and channels in short video marketing, we must actively take corresponding measures to make short video marketing a sustainable marketing path.

References:

1. Wang Jingdan, Short video marketing communication in the Era of new media, Journal of Hangzhou Normal University (in Chinese), 2020 (04): 113-120.

2. Gao Yan, Reflection and Reconstruction of short video marketing model in the Era of new Media, Publisher, 2020 (in Chinese), 2021 (08): 62-64.
3. Qu Jiajie, A brief analysis of the marketing model of short video platform in the era of new media development, Marketing (in Chinese), 2020 (51): 9-10.
4. Zhou Jiahui, Strategies for short video marketing in the era of new media, Media Forum (in Chinese), 2021 (20): 58-60.
5. Wang Yanan, Investigation on the characteristics and Development path of mobile short video dissemination, Cradle of Reporters (in Chinese), 2021 (09): 125-126.
6. Cao Tong, Analyze the operation model of short videos: take Douyin as an example, Media Forum (in Chinese), 2020 (23): 37.

Продвижение предприятий малого бизнеса в социальных сетях

Тульговец Игорь Вадимович, студент
Российский государственный социальный университет (г. Москва)

В статье говорится об особенностях использования социальных сетей в качестве платформы для продвижения бизнеса. Описаны базовые компоненты по продвижению бизнеса в социальных сетях.

Ключевые слова: SMM, социальная сеть, целевая аудитория, малый бизнес, Россия, сайт компаний, продвижение бизнеса.

«Свой бизнес» — какое приятное словосочетание, не правда ли? Сразу представляется любимое дело, удовольствие от работы, ты — хозяин и, конечно же, очень богат. Но жизнь показывает, что «ваши ожидания — ваши проблемы», ведь часто начинающие предприниматели сталкиваются не со столь радужной реальностью. Бизнес — это сложноорганизованный и трудноконтролируемый механизм.

Согласно одной из классификаций выделяют три разновидности бизнеса: малый, средний и крупный. Объединяет их одно — ориентир на прибыль, но она же их и различает, точнее ее размер. Так же отличительными качествами этих разновидностей бизнеса является объем производства и реализации продукта производства, уровень и степень риска, количество задействованного капитала и людей, а также охват территории и количество филиалов.

Во время пандемии во многих странах ввели блокировку на прямые продажи, а правительство со своей стороны поощрило удаленные покупки. В связи с этим многим организациям пришлось полностью изменять уклад работы: переводить продажи и выставлять товары на онлайн-платформы, развивать или создавать социальные сети для привлечения клиентов и дополнительной рекламы. В следствии чего компаниям пришлось нанять дополнительный персонал (PR, SMM-менеджеров и т.д.), что потребовало лишних затрат. Особую сложность в данном процессе почувствовал малый бизнес, ведь не всегда в этой разновидности деловой деятельности присутствует высокий доход, на котором бы отщипать дополнительные траты. В связи с этим в своей работе я сделаю акцент именно на малый бизнес, с целью поддержки и помощи в продвижении своей продукции в социальных сетях.

Что потребуется для продвижения своего бизнеса в социальных сетях?

На данный момент не существует универсального и эффективного алгоритма по продвижению бизнеса в социальных сетях. Так как в этом деле все зависит от индивидуальности компании, продукции, дохода и т.д. Но стоит рассказать о базовых компонентах интернет-маркетинга, которые будут содержаться в любом алгоритме по продвижению.

1. Анализ целевой аудитории

Целевая аудитория (ЦА) — потенциальные клиенты, которые заинтересованы в вашей продукции. Анализ данного компонента очень важен для продвижения, так как вы поймете потребности, интересы и предпочтения своих клиентов. В основные характеристики целевой аудитории входят: возраст, пол, город, уровень дохода. Качественное определение целевой аудитории даст возможность выбрать именно те виды рекламы, которые смогут эффективно воздействовать на выбранную аудиторию. Что, в дальнейшем послужит отправной точкой и для создания самих рекламных объявлений.

Способы анализа ЦА условно можно разделить на автоматические и ручные. Автоматический способ — это поиск при помощи специальных сайтов и приложений. Например: SocialKit, Zengram, DoInsta, Insta. Tools, и Церебро Таргет и др. К ручным способам отнесем поиск людей без использования специализированных программ. То есть вы примерно представляете своих клиентов, заходите к ним на страницу и подписываетесь, то есть занимаетесь массфолловингом. В поиске ЦА этим способом вам поможет:

- анализ подписчиков конкурентов
- отбор людей по хэштэгам, геолокации

2. Выбор социальной сети

Выбор социальной сети во много зависит от характеристики ЦА компании. Небезызвестный факт, что каждая социальная сеть имеет свою аудиторию, поэтому крайне важно, чтобы они совпадали.

Так согласно исследованию, Hootsuite и We are Social от 2021 года, наиболее популярен в России YouTube

(на него заходило 85,4% пользователей интернета в нашей стране). На втором месте находится ВКонтакте (78%), следом идут WhatsApp (75,8%), Instagram (61,2%), Одноклассники (47,1%) и Viber (42,5%). Facebook в России использует 38,9% пользователей, TikTok — 30,3%, Telegram — 24,4% [5].

Таблица 1. Качественные характеристики аудитории [2]

Название соц. сети	Основные характеристики [5]	Возможности для SMM
YouTube	— 60,2% аудитории в России — мужчины. — Больше всего на платформе пользователей в возрасте от 25 до 34 лет (24,8%)	— Размещение видео со скрытой рекламой, популяризация бренда через влогинг
ВКонтакте	— 54,9% аудитории — женщины. — Больше всего пользователей — в возрасте от 25 до 34 лет (25,4%).	— 47,4% переходов на сайты компаний; — Использование в качестве мессенджера
Instagram	— 77,9% аудитории-женщины — В основном молодежная аудитория	— 41% переходов на сайты компаний; — Скрытая реклама-рекомендация
Одноклассники	— Перевес аудитории среднего и старшего возраста; — ежедневное посещение — 19%;	— 43% переходов на сайты; — Рекомендации тех или иных услуг и товаров
Facebook	— 60,1% аудитории — женщины — доля аудитории до 45 лет снизилась, а аудитория 45+ заметно подросла.	— 37% перехода на сайты компаний; — Рекомендации тех или иных услуг и товаров
TikTok	— 55,4% аудитории — женщины — 68% аудитории — старше 25 лет.	

3. Привлечение аудитории

Привлечение аудитории включает в себя зарождение интереса к продукции у покупателей. В данном пункте важно учитывать тот факт, что в нынешнее время экономической нестабильности, обычная реклама не отвечает запросам аудитории. Люди все чаще заходят в социальные сети для нахождения более выгодных предложений. [3] Данная ситуация открывает большие возможности для рекламы, поэтому представителям малого бизнеса остается только выбрать подходящую форму интернет-маркетинга:

- Медийная реклама
- Контекстная реклама
- Мобильная реклама
- Видеореклама [1]

4. Вовлечение аудитории

Вовлеченность (в англоязычных источниках Engagement rate) — это совокупность реакций на ваши публикации [4]. Реакцией в данном случае могут стать «лайки», комментарии пользователей, репосты, а также количество подписчиков группы или страницы в социальной сети. При этом количество подписчиков не так важно, поскольку многие из них могут не реагировать на реальные шаги по привлечению внимания, оставаясь «мертвыми душами» данной группы или паблика.

Для увеличения «вовлеченности» практики в сфере SMM советуют сделать следующее [3]:

- сделать акцент на персональном бренде компании;

- завязать диалог с пользователями;
- взаимодействовать с аудиторией посредством личного общения, диалога, комплиментов, лайков и т. д.
- придерживаться конкретных рамок при создании контента;
- быть актуальными (отвечать на события сегодняшнего дня);
- создать альбомы в группе и регулярно их пополнять.

5. Удержание

Удержание один из сложных компонентов продвижения бизнеса. Будущее ваших рекламных действий будет зависеть от двух компонентов: качества вашей продукции (плохой товар не спасет хорошая реклама) и взаимодействие с аудиторией. Для способствования последнему компоненту профессионалы в SMM-сфере советуют следующее:

- Создавать новые сообщества, группы
- Регулярно проводить интересные розыгрыши, акции
- Коммуникация с аудиторией (комментарии, диалоги)
- Создавать партнерские программы
- Выходить на новые платформы (создание приложения) [1]

В заключении хотелось бы сказать, что не стоит недооценивать социальные сети, как платформу для продвижения бизнеса. Многие данные подтверждают, что из обычных мессенджеров для общения, они пере-

росли в некое онлайн-представительства человека. По- этому социальные сети в наше время — развиваю- щаяся платформа для продвижения брендов, компаний без особых материальных затрат.

Литература:

1. Алдарова, И. К. Социальные сети как инструмент современного маркетинга // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. № 2 (7).
2. Батулин, А. Главный вопрос SMM: почему надо продвигаться в соцсетях? // Webevolution. Блог. [Электронный ресурс]. — URL: <https://webevolution.ru/blog/marketing/smm-pochemu-nado-prodvigatsya-v-socsetyah/> (дата обращения: 01.03.2022).
3. Пермяков, И. А. Развитие бизнеса в социальных сетях: специальность 38.04.05 «бизнес-информатика»: диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук/Пермяков И. А.; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина». — Екатеринбург, 2019. — 93 с.
4. Шесть способов повысить уровень вовлеченности в социальных сетях/Интернет-портал Socialair.ru. [Электронный ресурс]. — URL: <https://socialair.ru/articles/6-sposobov-povysit-uroven-vovlechennosti-v-sotsialnykh-setyakh/> (дата обращения: 01.03.2022).
5. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2021. — Текст: электронный // brand analytics: [сайт]. — URL: (дата обращения: 03.03.2022).

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Современное состояние высшего образования в Республике Корея

Тришина Вера Дмитриевна, студент магистратуры;
Каск Наталия Геннадьевна, кандидат педагогических наук, доцент
Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена (г. Санкт-Петербург)

В эпоху глобализации каждая сфера нашей жизни перестраивается под современные реалии. В сфере образования основная тенденция в современном мире — это интернационализация образования. В настоящее время интернационализация является необходимым элементом в сервисных функциях высших учебных заведений для того, чтобы производить высококвалифицированные и конкурентоспособные человеческие кадры на мировом уровне. В данной работе освещается путь к интернационализации высших учебных заведений Республики Корея с исторической перспективы.

Ключевые слова: высшее образование, интернационализация образования, Республика Корея, рейтинговая система.

The current state of higher education in the Republic of Korea

Trishina Vera Dmitrievna, student master's degree;
Kask Nataliya Gennadyevna, candidate of pedagogical sciences, associate professor
The Russian State Pedagogical University named after AI Herzen (St. Petersburg)

In the globalization era, every sphere of our life is being rebuilt to fit the modern realities. In the field of education, the main trend in today's world is the internationalization of education. Currently, internationalization is a necessary element in the service functions of higher education institutions in order to produce highly qualified and competitive human resources at the global level. This paper highlights the road to internationalization of higher education institutions in the Republic of Korea from a historical perspective.

Keywords: higher education, internationalization of education, Republic of Korea, rating system.

За последние десятилетия сектор высшего образования в Южной Корее столкнулся с большими изменениями. В частности, переход от элитного к массовому образованию. На эти изменения оказали большое влияние как политические, так и экономические условия. Для того чтобы увидеть эти изменения необходимо посмотреть на историческое развитие системы высшего образования в Южной Корее.

Прежде всего, следует отметить, что Южная Корея, как и другие страны Восточной Азии, находятся под влиянием учений Конфуцианства: крепкие семейные узы и иерархия семьи, трудолюбие, бережливость и рвение к учению. В корейских семьях понятие «высшее образование» и «успех в жизни» не отделимы. Разумеется, каждый родитель желает своему ребенку успеха в жизни, поэтому корейские родители вкладывают колоссальные усилия и средства в образование своих детей. Этот феномен называется «образовательная лихорадка» и он считается отличительной национальной чертой.

В 1960х и 1970х годах экзаменационное давление на каждом этапе обучения вынуждало родителей тратить огромное количество финансов и времени на внеклассные занятия с частными репетиторами. Причины для таких трат очевидны: ограниченные возможности для получения высшего образования, противоречия в системе поступления в разные вузы страны, разница в зарплатах и отсутствие возможности хорошего трудоустройства без высшего образования [4]. В 1980х правительство предпринимало попытки по урегулированию проблем с поступлением и упразднением частных репетиторов, но эти попытки ни к чему не привели.

Рейтинговая система в Южной Корее существует практически во всех сферах жизни. Но особенно ярко выделяется в сфере образования. И это касается не только рейтинга успеваемости обучающихся, но и рейтинга престижности университетов. Лучшие студенты учатся в лучших вузах страны, конечно же. Лучшие вузы в Южной Корее, с самыми высокими рейтингами входят в так на-

зываемый «золотой треугольник»: Сеульский национальный университет, Корейский университет и университет Йонсей [3]. В эти университеты трудно поступить и они могут взимать более высокую плату за обучение, но в то же время они предоставляют более крупные стипендии и могут обеспечить более высокие зарплаты для своих сотрудников, привлекая этим высококлассных профессоров и преподавателей, тем самым, повышая качество преподавания и проводимых исследований.

Но, несмотря на это, недовольство системой образования среди корейских студентов растет. Из-за рейтинговой системы студенты имеют ограниченный выбор образования, а растущий общественный спрос на него может быть удовлетворен внутри страны. Наиболее распространенными причинами неудовлетворенности корейских студентов является низкое качество образования в университетах, не входящих в «золотой треугольник» (а некоторые жалуются и на эти вузы) (59.8%), необходимость занятий с частными репетиторами (57.6%) и чрезмерная конкуренция при поступлении (47%). Другие причины включают неопределенные перспективы трудоустройства после окончания университета, стандартизированные и нетворческие методы обучения или несправедливые возможности получения образования в зависимости от экономического статуса. Корейская общественность осознает, что глобальное образование является необходимостью для выживания на мировом рынке труда [6]. Таким образом, корейские студенты являются одной из самых больших групп студентов, обучающихся за рубежом, начиная с уровня бакалавриата и заканчивая аспирантурой. Корейские студенты составляют третью по величине группу иностранных студентов в США и вторую по величине в Японии.

Правительство Кореи стремится достичь статуса «передовой страны» и для этого они делают акцент на повышении конкурентоспособности высшего образования. Поэтому в августе 2004 года Министерство образования Кореи объявило о плане реструктуризации университетов [6]. Благодаря широкому освещению в средствах массовой информации, общественность была привлечена к достижению консенсуса относительно важности инноваций и изменений в университетах. Этот план можно разделить на пять основных направлений:

1. Содействие специализации в конкретных областях путем реструктуризации университетов:

— реорганизация системы управления национальными университетами и реструктуризация университетов путем слияния и поглощения университетов и создания альянсов.

2. Повышение исследовательского потенциала университетов до уровня мирового класса:

— исследовательский потенциал престижных университетов будет поднят до уровня мирового класса с помощью различных проектов, таких как известный проект «Мозг Кореи 21» или путем предоставления стипендий

для студентов естественно-научных и инженерных специальностей.

3. Целенаправленное развитие профессиональных аспирантур:

— содействие академической конкуренции.

4. Местные университеты в центре сотрудничества между промышленностью и университетами регионального развития:

— сотрудничество между университетом и сообществом и прочные связи с региональной промышленностью.

5. Глобализация высшего образования

— проект «Изучай Корею», включающий в себя комплексные меры по привлечению иностранных студентов для обучения в Корею

— проект «Корейские университеты за рубежом» (онлайн учебные программы, кампусы за рубежом, корейские образовательные центры и т. д.).

— Соглашение об обмене преподавателями и студентами [5].

Реструктуризация университетов принесла свои плоды. На первых парах сотрудничество и обмен осуществлялись в основном с североамериканскими учебными заведениями по причине большого интереса корейских студентов к обучению в высших учебных заведениях в США. В 2007 году в США обучалось 59022 корейских студента, в то время как 1388 американских студентов учились в Корею. Однако количество соглашений о побратимстве с европейскими университетами постоянно растет, также как и количество европейских студентов, приезжающих в Корею. В настоящее время 39683 корейских студента учатся в Европе, а 1283 студентов приезжают из европейских стран. В 2008 году было зарегистрировано 1454 сестринских отношения между 218 корейскими и 712 американскими университетами, в то время как 658 сестринских связей существуют между 315 корейскими и 524 университетами ЕС. Министерство образования признает необходимость развития более тесного сотрудничества и обмена между азиатскими и европейскими высшими учебными заведениями и представило планы по разработке стратегического дизайна межправительственного сотрудничества, побуждающего университеты к добровольному участию. Обозначим основные направления сотрудничества:

Во-первых, на основе двусторонних договоренностей допускается совместная учебная деятельность. В качестве примера можно привести совместные магистерские программы между корейским университетом Соган и немецкими Техническим университетом Мюнхена и Университетом Фридриха Александра Эрланген-Нюрнберг. Другие соглашения существуют с университетами Франции и Великобритании.

Во-вторых, еще одна стипендиальная программа была разработана корейским правительством с целью содействия образовательному обмену со странами, которые имеют культурные и образовательные договоренности с Кореей. Здесь отобранным студентам предоставляется

плата за обучение в корейских университетах, авиабилеты в оба конца, плата за изучение корейского языка, расходы на проживание, расходы на исследования и т. д.

В-третьих, обмен выдающимися учеными с ЕС был сформирован на основе Меморандума о взаимопонимании с целью взаимного обмена учеными и преподавателями в областях социальных и гуманитарных наук.

Тем не менее, все еще существуют некоторые препятствия в сотрудничестве и мобильности между европейскими и азиатскими учебными заведениями.

Во-первых, отсутствие системы трансграничного перевода кредитов отталкивает многих студентов от обучения в азиатских странах. Поэтому правительство Кореи стремится разработать общую систему среди этих организаций, чтобы создать международную сеть университетских данных для признания степеней и кредитов. Во-вторых, существует сильный дисбаланс обмена, когда много корейских студентов едут за границу, но корейские университеты не привлекают иностранных студентов из ЕС. Европейских студентов необходимо лучше ин-

формировать о возможностях обучения и университетах в Азии. И введение английского языка в качестве языка обучения играет решающую роль для привлечения студентов из ЕС и устранения дисбаланса.

В целом, Южная Корея упорно работает и вкладывает много средств в интернационализацию. Различные стратегии, предложенные корейским правительством, свидетельствуют о том, что важность включения международного, межкультурного и глобального компонента в функции университетов признана. Однако этот процесс занимает время, и трудно быстро получить хорошие результаты в плане количества поступающих студентов и иностранных преподавателей. Благодаря своему относительно небольшому размеру и расположению между «большими соседями» — Китаем и Японией, Корея пришлось приложить немало усилий, чтобы привлечь внимание к стране. В последние годы эти усилия стали более плодотворными, и, учитывая общий экономический рост, можно предположить, что число иностранных студентов и иностранных преподавателей также увеличится.

Литература:

1. Byun, K., & Kim, M. (2010). Shifting patterns of the government's policies for the internationalization of Korean higher education. *Journal of Studies in International Education*, pp. 1-20.
2. Cohen, D. W. (1997). Understanding the globalization of scholarship. In M. W. Peterson, D. D. Dill, L. A. Mets, & Associates, *Planning and Management for a Changing Environment: A Handbook of Redesigning Postsecondary Institutions*, pp. 548-562.
3. Jeong, I., & Armer, M. J. (1994). State, class and expansion of education in South Korea: A general model. *Comparative Education Review*, Vol. 38, No. 4, pp. 531-545.
4. Kim, T. (2008). Higher-Education Reforms in South Korea: public-private problems in internationalising and incorporating universities. *Policy Futures in Education*, Vol. 6, No. 5, pp. 558-568.
5. Kim, T. (2005). Internationalisation of higher education in South Korea: Reality, rhetoric, and disparity in academic culture and identities. *Australian Journal of Education*, Vol. 49, No. 1, pp. 1-28.
6. Moon, M., & Kim, K.-S. (2001). A case of Korean higher education reform: The Brain Korea 21 Project. *Asia Pacific Education Review*, Vol. 2, No. 2, pp. 96-105.

ГЕОГРАФИЯ

Создание электронной картографической базы данных сельскохозяйственных земель в низовьях реки Сырдарьи для решения задач землепользования

Турсынгазы Диана Сейткожақызы, студент магистратуры
Казахский национальный университет имени аль-Фараби (г. Алматы, Казахстан)

Канапиянова Динара Галымжанқызы, докторант
Казахский национальный исследовательский технический университет имени К. И. Сатпаева (Satbayev University) (г. Алматы, Казахстан)

Мырзабекова Айганым Ерланқызы, студент магистратуры;
Нуракун Акбота Жанбулатқызы, студент магистратуры;
Азизов Эльдар Аликович, докторант
Казахский национальный университет имени аль-Фараби (г. Алматы)

В настоящее время, развитие сельского хозяйства резко возросла в связи с масштабным освоением орошаемых земель. Активная антропогенная деятельность стала причиной деградации природных компонентов из-за преобладания потребительского неконтролируемого использования ресурсов и отсутствия методов экологической оценки состояния природных систем. Данная статья посвящена на создание единой картографической базы данных сельскохозяйственных земель, которая станет важным инструментом для принятия оптимальных решений и получения нужных результатов. В ходе исследования рассмотрены основные методы и стадии разработки картографической базы данных земель сельскохозяйственного назначения в низовьях реки Сырдарьи, что является одним из экономических важных объектов, для многих стран. В связи с широким развитием новых технологий, было предложено использовать аэрофотоснимки для получения более детальных картографических данных изучаемой территории. Для получения аэрофотоснимков использовался аэрофотоаппарат Phase One iXU-RS1000-40mm, S/N: YC030259 с самолета BC Piper UP-P3402. На первоначальном этапе обработки выполнялась трансформация и привязка данных аэрофотосъемки при помощи программного продукта Photomod. Данный программный комплекс позволяет производить весь цикл фотограмметрических работ вплоть до получения цифровых моделей рельефа и ортофотоплана. ЦФС Photomod позволяет осуществлять распределенную обработку с использованием нескольких компьютеров.

Ключевые слова: электронно-картографическая база данных, орошаемые земли, аэрофотоснимки, дешифрирования аэрофотоснимков, ЦФС Photomod, задачи землепользования.

Creation of an electronic cartographic database of agricultural lands in the lower of the Syrdaria river for solving land use problems

Tursyngazy Diana Seytkozhakyzy, student master's degree
Kazakh National University named after Al-Farabi (Almaty, Kazakhstan)

Kanapiyanova Dinara Galymzhankyzy, doctoral student
Satbayev University (Almaty, Kazakhstan)

Myrzabekova Ayganym Yerlankyzy, student master's degree;
Nurakun Akbota Zhanbulatkyzy, student master's degree;
Azizov Eldar Alikovich, doctoral student
Kazakh National University named after Al-Farabi (Almaty)

Currently, the development of agriculture has dramatically increased due to the large-scale development of irrigated land. Active anthropogenic activity has caused the degradation of natural components due to the prevalence of uncontrolled use of resources and the lack of methods for environmental assessment of the state of natural systems. This article is devoted to the creation of a unified car-

tographic database of agricultural lands, which will become an important tool for making optimal decisions and obtaining the desired results. In the course of the study, the main methods and stages of development of a cartographic database of agricultural lands in the lower reaches of the Syrdarya River, which is one of the economically important objects for many countries. Due to the wide development of new technologies, it was proposed to use aerial photographs to obtain more detailed cartographic data of the study area. To obtain aerial photographs, there were used a Phase One iXU-RS1000–40mm, S/N: YC030259 aerial camera from a Piper UP-P3402 aircraft. At the initial stage of processing, the transformation and binding of aerial photography data was performed using the Photomod software product. This software package allows you to carry out the entire cycle of photogrammetric work up to obtaining digital elevation models and orthophotomaps. DFS Photomod allows distributed processing using multiple computers.

Keywords: electronic cartographic database, irrigated lands, aerial photographs, interpretation of aerial photographs, DFS Photomod, land use problems.

Бассейн реки Сырдарья является одним из экономически важных объектов, который обеспечивает водными ресурсами такие среднеазиатские страны, как Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан и Узбекистан, и имеет значительное влияние на развитие сельскохозяйственной сферы этих стран. Общая длина реки от истоков Нарына общая ее длина составляет 3019 км, а площадь бассейна 219 кв. км (рис. 1). Значительная часть ресурсов реки находится на территории Кыргызстана — 74%, на долю Казахстана приходится лишь 9% от общего ее ресурса, где река впадает в Аральское море [1]. Тем не менее, в пределах Казахстана

Сырдарья остается основной водной артерией, обеспечивающей водными ресурсами население и многие сферы хозяйства, в том числе и сельского хозяйства (Рис. 1).

Развитие сельского хозяйства в Центральной Азии резко возросло в середине XX века в связи с масштабным освоением орошаемых земель. На сегодняшний день воды реки используются преимущественно для орошаемого земледелия, которое занимает около 1/3 ВВП региона, тем самым обеспечивая занятостью 2/3 населения. В совокупности более чем 90% ресурсов бассейна Аральского моря используются на сельскохозяйственные нужды.



Рис. 1. Карта-схема бассейна р. Сырдарья

Основной состав потребления вод в низовьях реки можно характеризовать следующим образом:

- Малый Арал (3,0 тыс. км²);
- орошаемое земледелие на общей площади 300 тыс. га, (75 тыс. га в Туркестанской и 225 тыс. га в Кызылординской областях);

- хозяйственно-экологические системы от Шардары до Казалинска, включающие озёра, обводняемые пастбища, пойменные сенокосные и растительные угодья (250 тыс. га);
- дельта р. Сырдарьи с озерно-сенокосными, рыбохозяйственными, водно-болотными и тугайными угодьями (250-300 тыс. га) (табл. 1) [2, с. 24-29].

Таблица 1. Распределение водных ресурсов низовьев реки Сырдарья, км³

Потребители и затраты стока	Средне многолетнее значение	Обеспеченность, %		
		20	50	90
Приток в Малый Арал	2,80	3,70	2,53	1,70
Орошение	5,50	6,10	5,45	5,00
Хозяйственно-экологические системы	1,00	1,50	0,72	0,33
Дельта	1,20	1,60	1,26	0,77
Потери	2,92	3,65	2,50	1,90
Всего:	13,42	16,55	12,46	9,70

На сегодняшний день, активная антропогенная деятельность в низовьях реки Сырдарья стала причиной деградации природных компонентов из-за преобладания потребительского неконтролируемого использования ресурсов и отсутствия методов экологической оценки состояния природных систем [4, с. 5–12]. Исследования, проведенные японским Международным исследовательским центром сельскохозяйственных наук (JIRCAS) выявили, что нерациональное использования водных и земельных ресурсов привели к ряду экологических проблем по всему бассейну реки [3].

Основными из этих проблем являются:

- Дефицит воды по всему бассейну реки;
- Повышенная загрязненность;
- Снижение качества воды и ухудшение гидрохимического состава реки;
- Засоление почв и т. д.

Прогнозируется, что до 2030 года водные ресурсы всей северной части Центральной Азии будут снижаться до 10%, а к 2050 году — 4,8% [7, с. 44].

Таким образом, неэффективное использование водными и земельными ресурсами данного региона является актуальной проблемой, требующей комплексного подхода к его решению.

Решение таких задач требует обработки и анализа огромного количества исходной информации для создания на их основе единой картографической базы данных сельскохозяйственных земель, которая станет важным инструментом для принятия оптимальных решений и получения нужных результатов. Для полноценного анализа на современном уровне необходимы современные компьютерные средства и технологии, которые обеспечат картографическими данными требуемой точности и детальности.

С помощью Картографической Базы Данных можно выполнять различные задачи:

- Оценка изученности территории;
- Анализ наличия информации;
- Построение аналитических карт;
- Планирование разведочных работ и тд.
- Создание новых тематических карт любого масштаба, используя комбинацию готовых оформленных пространственных слоев.

В данной статье рассмотрены основные методы и стадии разработки картографической базы данных зе-

мель сельскохозяйственного назначения в низовьях реки Сырдарья.

Методы и технологии

Объект исследования — земли сельскохозяйственного назначения вдоль реки Сырдарья в Кызылординской области Республики Казахстан. В настоящее время, для исследования задач сельского хозяйства и водопользования наиболее актуальным и перспективным является применение методов дистанционного зондирования земли, методов статистического анализа, а так же методов анализа цифровых изображении [8, с. 278-285]. Исходными данными для проведения данных исследований послужили существующие топографические карты данного региона, а так же аэрофотоснимки.

Растительность — важный компонент окружающей среды. Существует множество методов сбора информации о растительности, среди которых наиболее привлекательным является метод дистанционного зондирования, в основном потому, что он позволяет исследователям точно распознавать большие площади растительного покрова за короткий период времени, сокращая время и объем работы, затрачиваемой на его анализ. Растительный покров поглощает свет определенной длины волны, исходящий от солнца, для производства хлорофилла и использования его во время фотосинтеза, в то время как, например, снег не поглощает его, а отражает его обратно [9, с. 127-150]. Это явление помогает исследователям различать растительный покров, используя разные методы анализа [10, с. 4035].

В связи с этим было предложено использовать аэрофотоснимки для получения более детальных картографических данных изучаемой территории. Для получения аэрофотоснимков использовался аэрофотоаппарат Phase One iXU-RS1000–40mm, S/N: YC030259 с самолета BC Piper UP-P3402. Съёмки проводились в 2018 году на территории общей площадью 1899,657 км² (табл. 2).

Съёмка выполнялась с высоты 4000 м над уровнем моря, с продольным перекрытием — 60%, и поперечным — 30%.

На первоначальном этапе обработки выполнялась трансформация и привязка данных аэрофотосъёмки при помощи программного продукта Photomod. Данный программный комплекс позволяет производить весь цикл фотограмметрических работ вплоть до получения цифровых моделей рельефа и ортофотоплана. ЦФС Photomod позволяет осуществлять распределенную обработку с использованием нескольких компьютеров [13, с. 125].

Таблица 2. Общие сведения полета аэрофотосъемки

№ п/п	Дата	№ конечных аэроснимков маршрута	Номер АФА	Направление маршрута	Кол-во снимков	№ репродукции/трапеции
1	Август 2018	1029-1001	S/N: YC030259	В÷З, З÷В	29	L-42-122
2		912-941			30	
3		856-828			29	
4		734-762			29	
5		680-652			29	
6		558-586			29	
7		505-476			30	
8		382-411			30	
9		327-298			30	
10		204-233			30	
11		151-122			30	
12		27-56			30	
					Всего — 355 снимка	

Для создания фотограмметрического проекта использовались аэрофотоснимки полученные во время полета, затем выполнялся накидной монтаж снимков с использованием модуля Photomod Montage Desktop. Использование накидного монтажа позволило выполнить измерение связующих точек и точек плано-высотного обоснования. Опорные и связующие точки измерялись и редактировались в модуле Photomod AT, с использованием специального стереомонитора PLANAR (Рис. 2) [12, с. 122].

В процессе измерения снимков проводилось ручное редактирование точек для обеспечения точности измерения и равномерности распределения точек по всей площади снимков [11, с. 66-71].

На этапе дешифрирования аэрофотоснимков стояла задача определения типов сельскохозяйственных угодий. Метод решения этой задачи основан на анализе цветовых характеристик растений по цифровым изображениям. По разным факторам качественных показателей, таких

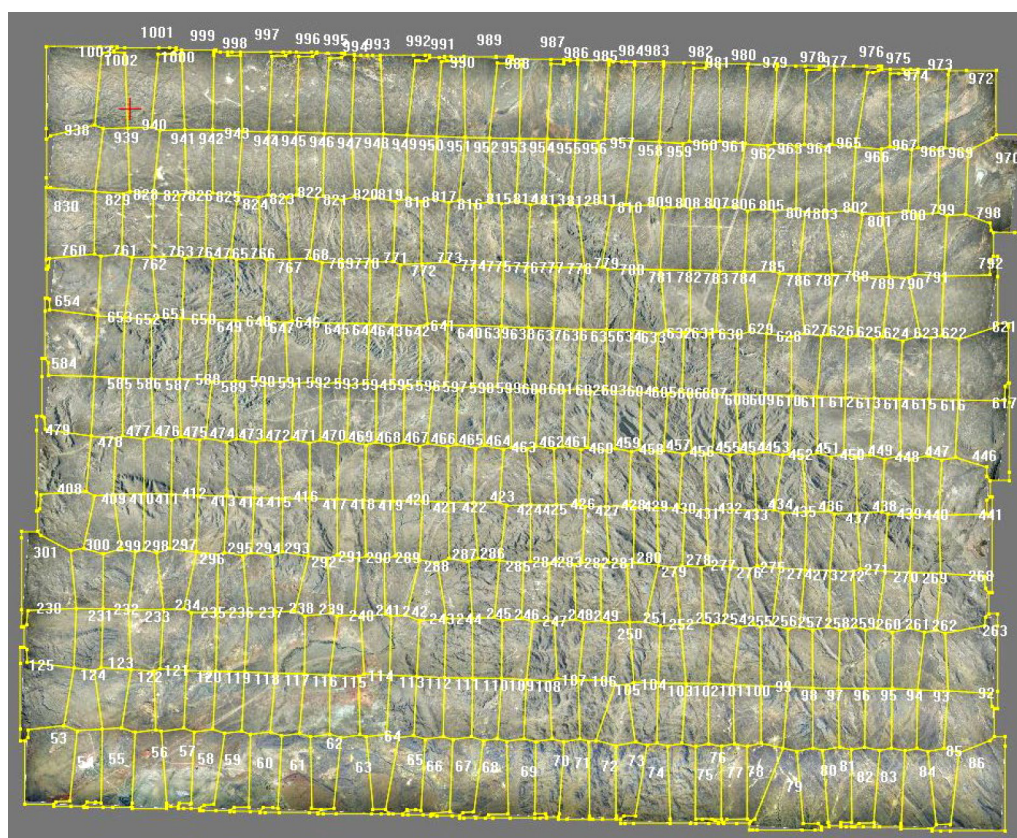


Рис. 2. Процесс обработки в программном продукте Photomod

как тон, цвет, текстура и других прямых и косвенных индикаторных признаков были выявлены контуры различных видов растительности. С целью повышения достоверности, принадлежность данных индикаторных признаков подтверждаются полевыми наблюдениями. При исследовании данного региона, ввиду необходимости повышенной точности определения видов растительности, применялась данная интерпретация, которая объединяет полевые и камеральные анализы снимков [15].

На финальном этапе работ стоял выбор способа представления данных на карте и создания базы полученных результатов. Современные ГИС технологии успешно применяются для решения подобных задач и являются важным инструментом для картографирования существующих сельскохозяйственных угодий и определения контуров растительности. Картографическая база данных формировалась на платформе ArcGIS от ESRI (Институт исследований природных систем). Для векторизации карт используется программа ArcMap от ArcGIS.

Разрабатываемая база данных состоит из следующие слоев:

1. Annotation
2. Pickets
3. Bridges
4. Relief_point
5. Relief_line
6. Relief_polygon
7. Roads_point
8. Roads_line
9. Roads_polygon
10. Railways_point
11. Railways_line
12. Railways_polygon
13. Dwellings_point
14. Dwellings_line
15. Dwellings_polygon
16. Energy_point
17. Energy_line
18. Energy_polygon
19. Oilgas_point
20. Oilgas_line
21. Oilgas_polygon
22. Economy_point
23. Economy_line
24. Economy_polygon
25. Boundary
26. Boundary_line
27. Hydro_point
28. Hydro_line
29. Hydro_polygon
30. Veg_ground_point
31. Veg_ground_line
32. Veg_ground_polygon
33. Ground_point
34. Ground_line
35. Ground_polygon
36. Area_line
37. Area_polygon

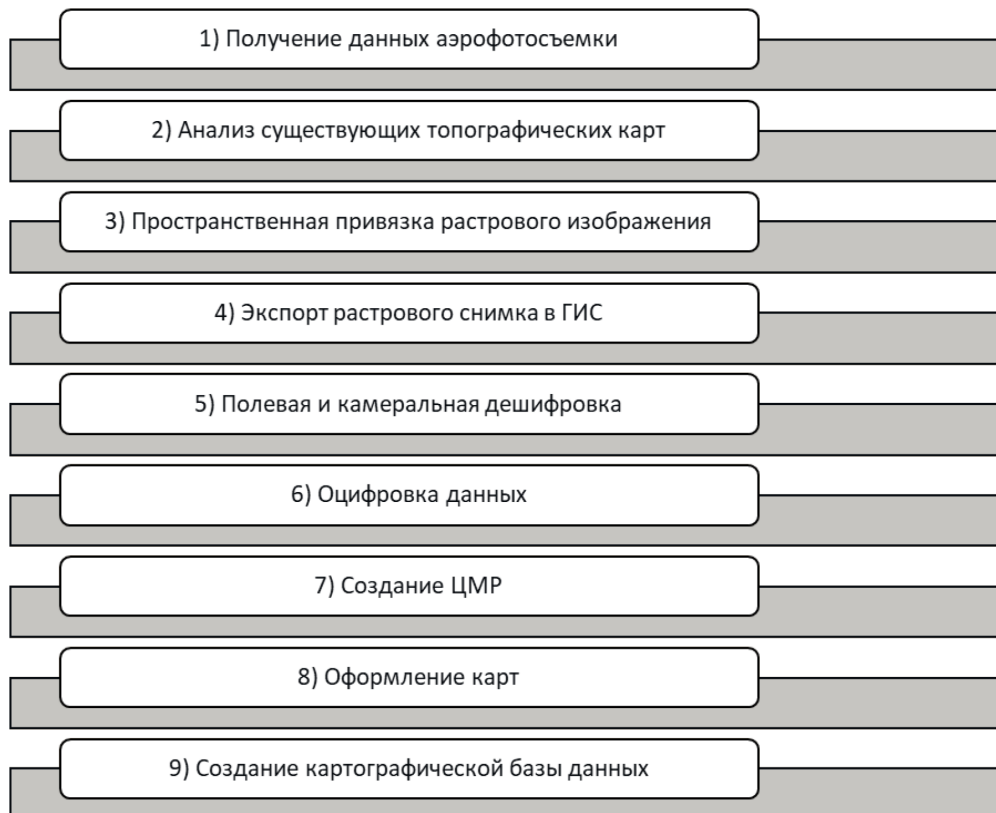


Рис. 3. Стадии выполнения работ

Эти слои были получены путем оцифровки аэрофотоснимков в масштабах 1:10000 и 1:25000. Из следующих слоев были созданы: реки, дороги, дома, загоны, виды сельскохозяйственных угодий, названия, контурные линии, основные оросительные каналы и производные оросительные каналы. При условии, что базы данных будут постоянно обновляться, она сможет стать важным инструментом для принятия решений сельскохозяйственных задач (Рис. 3) [12].

Заключение

Ни одна стратегия экономических реформ не может быть успешной без устойчивого и широкого сельскохозяйственного развития, которое имеет решающее значение для повышения уровня жизни, сокращения масштабов нищеты, обеспечения продовольственной безопасности, создания жизнеспособного рынка для расширения промышленности и услуг, и внесения существенного вклада в национальный экономический рост.

Устойчивое сельскохозяйственное производство зависит от разумного использования природных ресурсов (почвы, воды, животноводства, генетики растений, рыболовства, лесов, климата, осадков и рельефа) в приемлемом технологическом управлении при преобладающей социально-экономической инфраструктуре. Технология играет важную роль в быстром экономическом росте и социальных преобразованиях в развивающихся странах.

В целом, геоэкологическая нагрузка в результате антропогенной деятельности территория Кызылординской области достаточно высокая, то есть бассейн в низовьях реки Сырдарьи относится к регионам с высокими техногенными нагрузками и поэтому требует особого внимания [6, с. 107–11].

Разработанная модель картографической базы данных сельскохозяйственных земель может стать основой для разработки ряда мероприятий, направленных на решение ряда проблем в бассейне реки Сырдарьи.

Литература:

1. Оценка водных ресурсов и руслового баланса р. Сырдарьи в пределах Республики Казахстан. Проект «Региональная информационная база водного сектора Центральной Азии» «CAREWIB», Ташкент — Алматы 2011.
2. Карлыханов, О. К., Кеншимов А. К., Рябцев А. Д. К гидроэкологической ситуации в низовьях Сырдарьи. // Водное хозяйство Казахстана. — Астана: 2008, № 3 (19). — с. 24-29.
3. Keisuke Omori, Junya Onishi, Yukio Okuda. Development of subsurface drainage and water-saving irrigation technology for mitigation of soil salinization in Uzbekistan. Japan International Research Center for Agricultural Sciences Tsukuba, Ibaraki, Japan 2020.
4. Хачатурьян, В. Х. Концепция улучшения экологической и мелиоративной ситуации в бассейне Аральского моря // Мелиорация и водное хозяйство. — 1990. — № 12. — с. 5–12.
5. Решеткина, Н. М., Икрамов Р. К. Борьба с засолением земель и экологический кризис в Приаралье // Мелиорация и водное хозяйство. — 2000. — № 1. — с. 33–36.
6. Оценка уровня техногенных нагрузок на природную систему в низовьях реки Сырдарьи / Ж. С. Мустафаев [и др.] // Вестник ТарГУ: Природопользование и проблемы антросферы. — 2001. — № 4 (4). — с. 107–11.
7. Ибатуллин, С. Р., Ясинский В. А., Мироненко. Евразийский банк развития. Влияние изменения климата на водные ресурсы Центральной Азии. Отраслевой обзор № 6. Евразийский банк развития. Алматы: «РУАН», 2009. — 44 с.
8. Буре, В. М., Канаш Е. В., Митрофанова О. А. Анализ характеристик цвета растений по аэрофотоснимкам с различными факторами качественных показателей // Вестник Санкт-Петербургского университета. Прикладная математика. Информатика. Процессы управления. 2017. Т. 13. Вып. 3. с. 278-285. DOI: 10.21638/11701/spbu10.2017.305
9. Tucker, C. J. Red and photographic infrared linear combinations for monitoring vegetation. *Remote Sens. Environ.* 1979, 8, 127-150.
10. Samarkhanov K, Abuduwaili J, Samat A, Issanova G. The Spatial and Temporal Land Cover Patterns of the Qazaly Irrigation Zone in 2003-2018: The Case of Syrdarya River's Lower Reaches, Kazakhstan. *Sustainability* 2019, 11 (15), 4035; <https://doi.org/10.3390/su11154035>
11. Кузнецова, И. А., Махметова Г. Н. Использование программы photomod для создания ортофотоплана на территорию месторождения. *Проблемы науки*, 2016. — с. 66-71.
12. Samrat Paul and Tamara Michel. Creation of cartographic data bases for land assessment and management. 2008
13. Divine Odame Appiah, Eric Kwabena Forkuo, John Tiah Bugri, Theresa Oteng Apreku. Geospatial Analysis of Land Use and Land Cover Transitions from 1986-2014 in a Peri-Urban Ghana. *Geosciences* 2017, 7, 125.
14. Jude Steven Ejepu, Peter Olasehinde, Appollonia A. Okhimamhe, Ipoola Okunlola. Investigation of Hydrogeological Structures of Paiko Region, North-Central Nigeria Using Integrated Geophysical and Remote Sensing Techniques. *Geosciences* 2017, 7, 122.
15. Adilet Valeyev, Marat Karatayev, Ainagul Abitbayeva, Saule Uxukbayeva, Aruzhan Bektursynova, Zhanerke Sharapkhanova. Monitoring Coastline Dynamics of Alakol Lake in Kazakhstan Using Remote Sensing Data. *Geosciences* 2019, 9, 404.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 15 (410) / 2022

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Номер подписан в печать 27.04.2022. Дата выхода в свет: 04.05.2022.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.