

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



46 2022
ЧАСТЬ VI

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 46 (441) / 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)
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)
Досманбетов 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 Култур-Бек Бекмурадович, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)
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 Дилшода 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 *Владимир Евграфович Татлин* (1885–1953), мастер художественного эксперимента, создатель авангардных работ в разных стилях и необычных ходов для оформления спектаклей. Изобретатель и конструктор памятника Третьему интернационалу — знаменитой башни Татлина.

Владимир Татлин родился в Москве. Мать умерла, когда мальчику было четыре года. Вскоре отец женился вновь, и семья переехала в Харьков. Владимир с детства хорошо рисовал и, поступив в реальное училище, начал изучать основы рисунка и живописи. Отношения с мачехой у него не сложились, и в 13 лет подросток сбежал из дома. Он нанялся юнгой на пароход, плывущий в Стамбул.

В Москву Владимир Татлин вернулся, когда ему исполнилось 17 лет. Здесь он поступил в училище живописи, ваяния и зодчества. Авторитет педагогов — известных русских живописцев Константина Коровина и Валентина Серова — ничего не значил для него. В 1903 году за плохую успеваемость и плохое поведение Татлина отчислили. Он поступил в Одесское морское училище. Свой мореплавательный опыт художник позже воплотил в своих акварельных композициях.

Вернувшись из очередного морского плавания в 1905 году, Татлин отправился в Пензу: он вновь поступил в художественное училище. Летние каникулы он проводил в Москве, где познакомился с молодым художником-авангардистом Михаилом Ларионовым.

Благодаря ему Татлин стал посещать собрания художников творческих объединений, а также встречи поэтов-футуристов: братьев Бурлюков, Велимира Хлебникова, Владимира Маяковского. Они провозглашали отказ от старых ценностей, эпатируя публику стихами и скандальными театральными постановками.

В начале 1914 года Владимир Татлин отправился в Берлин, затем в Париж: он мечтал познакомиться здесь с Пикассо и изучить его работы. О том, как Татлин попал в дом знаменитого мастера, доподлинно неизвестно. Существует предположение, что встречу помог организовать Марк Шагал. По другой версии, Татлин незаконно проник в дом Пикассо одним из поздних вечеров. Молодой художник застал Пикассо за работой и был настолько потрясен его техникой, что до конца дней считал его своим учителем.

После заграничной поездки Татлин понял, что в изобразительном искусстве уже произошла революция. Теперь в его основе — материал, объем и конструкция. Эти три понятия объединялись в одно художественное направление — конструктивизм. Татлин начал работать над собственным произведением в новом стиле — контррельефом. Он представлял собой абстрактную объемно-пространственную композицию из меди, железа и дерева.

Впервые Татлин представил «Угловой контррельеф» на выставке 1914 года. Проект вызвал ярость консерваторов, но стал настоящей сенсацией среди коллег. Вскоре вслед за Татлиным

начали экспериментировать и другие передовые художники того времени.

Революцию 1917 года Владимир Татлин принял с восторгом. Он стал председателем художественной коллегии Наркомпроса, а затем — отдела материальной культуры. В 1919 году отдел изобразительных искусств Народного комиссариата по просвещению поручил Татлину создать проект памятника Третьему интернационалу. И художник немедленно приступил к заданию.

Внешне памятник напоминал башню. Несущую конструкцию архитектор вынес наружу, а функциональные помещения из стекла подвесил внутри нее один над другим: куб, пирамиду, цилиндр и полусферу. Башня стала одним из важных символов нового искусства и визитной карточкой конструктивизма.

Однако проект башни воплотился лишь в макете из дерева и металла. В конце 1920 года художник представил его на VIII съезде Советов. Руководители страны башню не оценили: Троцкому она напомнила каркас недостроенного здания, а Ленин назвал ее уродливой.

В 1925 году макет Татлина отправили на Всемирную выставку искусства в Париже. Башня произвела там настоящий фурор. Осознание, что его башня так и останется макетом, разрушило все надежды архитектора. Он стал вспыльчивым и неуравновешенным: однажды сломал дверь в музей и с кулаками накинулся на Казимира Малевича. Свои идеи Татлин берег с маниакальной бдительностью: он забил окна мастерской фанерой и никого не выпускал.

Параллельно Татлин преподавал в учебных заведениях Москвы, Петрограда, Киева и Харькова.

В 1929 году Владимир Татлин начал работу над новым проектом — летательным аппаратом. В своей мастерской в колокольне Новодевичьего монастыря Татлин изучал чертежи да Винчи и препарировал птиц.

Работа над махолетом заняла четыре года. Татлинская конструкция-птица была выполнена из гнутого дерева, тканевых бинтов, алюминия и кожи. У нее был 10-метровый размах крыльев. Аппарат должны были опробовать под Звенигородом, но при транспортировке птице повредили крыло. Месяц спустя аппарат подвесили под потолком Московского музея изобразительных искусств. Поэт Велимир Хлебников назвал конструкцию «летатлином».

В 1932 году состоялась первая и последняя персональная выставка Татлина. Под руководством Сталина советское искусство пошло по пути соцреализма, и Татлин остался не у дел. «Это художник, умерший за 20 лет до своей смерти», — позже писали о нем.

Владимир Татлин умер у себя в мастерской 31 мая 1953 года. Художника кремировали и похоронили в колумбарии Новодевичьего кладбища.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Акопян П. Д.**
Роль бухгалтерской информации в управлении бизнесом 399
- Арапова М. С.**
Зарубежный опыт развития умных городов 400
- Бахарева А. С.**
К вопросу о совершенствовании сбытовой деятельности 403
- Бессонова Е. И.**
Маркетплейс как способ выхода на зарубежные рынки 406
- Бусуёк Н. А., Новрузова Г. А.**
Управление оборотными средствами и оценка использования оборотных средств предприятия..... 410
- Габерлинг А. В., Нурмухаметова А. Н., Зенитова Л. А.**
Расширение производства завода ООО «Алабуга-Волокно»414
- Королева М. Н.**
Государственное регулирование аграрного сектора экономики 419
- Маммедова Я. А., Рахманов С. Р., Дурдыев М. А.**
Влияние цифровизации на деятельность коммерческих банков421
- Минаев А. В., Аришонкова К. О.**
Экономическая безопасность предприятия: понятие и сущность 423
- Нуриева А. И.**
Управленческая деятельность и личные компетенции молодого руководителя дошкольной образовательной организации 425
- Нурмедов П. А.**
Важность цифровизации страхования рисков 430
- Плотникова Т. С.**
Повышение экономической эффективности производства основных видов сельскохозяйственной продукции (на примере Пермского края) 432
- Попов В. А., Собянина С. В.**
Инновационные технологии в деятельности органов местного самоуправления..... 435
- Смирнова Е. Н.**
Бухгалтерская экспертиза текущих расчетов с контрагентами 438
- Соколов О. А., Кузьмин Н. А., Григоренко А. С., Шарга Д. С.**
Особенности автоматизации процессов планирования и управления работы авиакомпаний441
- Столярова Т. А.**
Оценка и пути улучшения инвестиционного потенциала Московской области 444
- Трубинова Е. Е.**
Оптимизация налогообложения в ООО «Юговской комбинат молочных продуктов» 446
- Хемрайев Д. М., Мухаммедов К. Х., Гурбанмурадов Г. Б.**
Техническая подготовка производства 448
- Чикина В. А.**
Совершенствование кадастровых отношений на принципах формирования единого информационного ресурса451
- Шаимов Х.**
Экономическая эффективность отношений государственного регулирования 454
- Эсенов С. Э.**
Мотивация персонала как повышение производительности труда на предприятиях .. 456

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Головина К. А.

Обзор инструментов современного PR-продвижения учреждения среднего профессионального образования на примере ГАПОУ Ростовской области «Ростовский колледж рекламы, сервиса и туризма «Сократ» 460

Головина К. А.

Аспекты интернет-продвижения учреждения среднего профессионального образования на региональном уровне 461

Кирпичева А. В.

Рекламные технологии в интернете (понятие, характеристики интернет-рекламы, виды, особенности)..... 463

Klovanich Y. D.

Advertising attractiveness and its importance in advertising strategy..... 466

ПРОЧЕЕ

Паксиватов К. А.

Диагностика различных типов легковоспламеняющихся жидкостей, обнаруживаемых на поверхности резиновых автопокрышек при расследовании пожаров автомобилей 469

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ

ҚАЗАҚСТАН

Ибраим А. А., Сидорова Н. В.

Алматы қаласының жаңбыр суларын тазалау мәселелері және шешу жолдары 473

Игибаева А. А., Абиева Г. С.

Ғимараттар мен құрылыстардың энергия тұтынуын оңтайландыру әдістері..... 475

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ

O'ZBEKISTON

Ганиев Е. Ж.

Электрон тўлов воситалар билан ҳисоб-китоб қилишнинг ҳуқуқий тартибга солиниши..... 478

Djumayeva G. A.

Qimmatli qog'ozlar buxgalteriya hisobining ob'yekti sifatida me'yoriy-huquqiy asoslari..... 482

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Роль бухгалтерской информации в управлении бизнесом

Акопян Петр Давитович, студент магистратуры

Дальневосточный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Хабаровск)

В статье рассматриваются определение, задачи и функции бухгалтерской информации, оказывающие влияние на развитие системы бизнеса. Кроме того, рассматриваются имеющиеся результаты в данной области исследования, а также их теоретическое и практическое значение.

Ключевые слова: бухгалтерская информация, бухгалтерский учет, управление бизнесом, бухгалтерская отчетность, развитие бизнеса, решение.

Сбор, обработка и обобщение информации имеют большое значение в принятии руководством организации корректных управленческих решений. И именно обеспечение принятия эффективных решений в бизнесе (в частности, информационное) является одной из важнейших задач бухгалтерского управленческого учета.

Именно поэтому в современных условиях возникает необходимость всестороннего изучения как теоретических, так и практических аспектов бухгалтерской информации и ее роли в управлении предприятием. В частности, требуется уточнение возможности повышения эффективности влияния данных бухгалтерского учета на принятие оптимальных управленческих решений в бизнесе.

Необходимость развития теоретических и методологических основ оценки роли бухгалтерской информации в управлении бизнесом, ее анализа определили актуальность темы.

В исследованиях отечественных ученых, рассматривавших теоретические и практические аспекты изучения бухгалтерской информации и ее связи с управлением бизнесом, можно выделить различные направления.

В отечественной литературе вопросы, касающиеся совершенствования бухгалтерского учета для использования его данных в управлении организацией так или иначе рассмотрены в ряде работ М. И. Баканова, П. С. Безруких, С. И. Волкова, В. Б. Ивашкевича, З. В. Кирьяновой.

Изучение научных работ и источников позволяет сделать вывод о том, что российская система бухгалтерского учета и наука, изучающая его, в последние годы стремятся к интеграции с мировой экономикой, международными учетными системами. Существуют работы, в которых рассматриваются вопросы, касающиеся организации бухгалтерского и финансового учета в РФ. Однако систематизи-

рованного, единого подхода к методологии и организации бухгалтерского (финансового) учета, там не обнаружено. Преимущественно все вопросы сведены к подготовке и изучению бухгалтерской и финансовой отчетности, являющейся завершающей стадией учета.

В ходе рассмотрения и обобщения найденной по этому вопросу литературы было выявлено, что бухгалтерская отчетность, и, в частности, финансовая отчетность, которая является одной из ее ключевых составляющих — имеют перед собой следующие задачи:

— обеспечение руководства и инвесторов организации информацией о текущем финансовом состоянии и эффективности деятельности компании за истекший период;

— определение ключевых плановых показателей эффективности бизнеса и формирование на их основе планирования в сфере бухгалтерского учета, а также во всех других направлениях, которые так или иначе связаны с влиянием на показатели, подвергающиеся анализу в рамках бухгалтерского и финансового учета (планирование продаж товаров / услуг, планирование привлечения дополнительных средств и т. д.).

При этом, наличие бухгалтерской информации позволяет определить направления, в которых необходимо совершенствование текущих процессов для предотвращения факторов, негативно влияющих на финансовое состояние организации.

Таким образом, роль бухгалтерской информации усиливается благодаря превентивному характеру, позволяя заранее при обнаружении отклонений от нормированных показателей в ходе анализа принять меры по своевременному урегулированию, нивелированию негативных последствий, тем самым повысив эффективность принятия управленческих решений.

На развитие бизнеса также влияет наличие следующих ключевых функций бухгалтерской отчетности:

— информативная и управленческая функции как важные инструменты управления экономикой организации, характеризующие инвестиционную привлекательность конкретной организации;

— контрольная функция, которая является основой для разработки текущих и перспективных планов развития бизнеса.

Таким образом, без составления бухгалтерской отчетности и ее использования при принятии управленческих решений невозможно эффективное функционирование бизнеса, что обосновывает значимость бухгалтерской

информации и необходимость интеграции ключевых данных, полученных на ее основе в планирование деятельности организации в различных направлениях.

При этом, с учетом наблюдающейся тенденции развития информационных технологий и их интеграции в бизнес-процессы, автор считает актуальным вопрос о возможности повышения эффективности использования бухгалтерской информации в ходе принятия управленческих решений в бизнесе с помощью искусственного интеллекта, способного в быстрые сроки и без учета человеческого фактора обрабатывать имеющиеся данные и на их основе оказывать значимое содействие в планировании и реализации бизнес-процессов в организации.

Литература:

1. Алексеева, И. В. Проблемы бухгалтерской (финансовой) отчетности субъектов малого предпринимательства и перспективные направления их решения / И. В. Алексеева. — Текст: непосредственный // Учет и статистика. — 2018. — № 2. — с. 50.
2. Ваганова, О. Е. Роль внутреннего аудита в управлении субъектом бизнеса в Российской Федерации / О. Е. Ваганова. — Текст: непосредственный // Экономическая безопасность и качество. — 2018. — № 2. — с. 31.
3. Егорова, С. Е. Перспективы применения информационных технологий в бухгалтерском учете в условиях глобализации бизнеса / С. Е. Егорова, И. С. Богданович. — Текст: непосредственный // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2019. — № 6. — с. 12.
4. Кучукова, Н. М. Роль бухгалтерского учета и внутреннего контроля в обеспечении экономической безопасности и эффективного контроля имущественного комплекса предпринимательских структур / Н. М. Кучукова. — Текст: непосредственный // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. — 2017. — № 3. — с. 21.
5. Львова, М. В. Роль бухгалтерского учета в обеспечении экономической безопасности хозяйствующего субъекта / М. В. Львова. — Текст: непосредственный // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2017. — № 4. — с. 11–16.
6. Матальцкая, С. К. Системный подход к формированию финансовой информации в управлении бизнесом / С. К. Матальцкая. — Текст: непосредственный // Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. — 2020. — № 2. — с. 26–28.

Зарубежный опыт развития умных городов

Арапова Мария Сергеевна, студент магистратуры

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

В данной статье автор сравнивает опыт устройства умных городов Великобритании (Лондон), Китая, Японии (Panasonic), рассуждает о его применимости в России.

Ключевые слова: интернет вещей, информация, умный город.

С развитием информационного общества органы управления городом все больше зависят от потоков информации. Потоки транспортных средств, нарушения ПДД, преступность, местоположение и состояние объектов городской инфраструктуры, поведение горожан и их мнение по поводу проводимой политики — вся эта информация является полезным ресурсом для органов власти, поэтому организуется сбор больших данных

в целях аналитики, прогнозирования и стратегического планирования, а также выявления проблем и «узких мест». «Умный» город (Smart City) представляет собой взаимосвязанную систему информационно-коммуникационных технологий с интернетом вещей, которая призвана упростить управление городскими процессами сделать городскую среду безопасной и комфортной. В эту систему можно включить не только датчики, информаци-

онные системы, транспорт и прочую инфраструктуру, но и самих людей, т. к. они формируют свое, пользовательское, пространство интернета вещей, которое связано с интернетом вещей, созданным и управляемым органами власти города.

Концепция умного города появилась в 1990-е гг. Этот период характеризовался технологическим подходом, а главными акторами были крупные технологические компании. В 2000-х гг. стал преобладать подход улучшения качества жизни (с целью привлечения высококвалифицированных работников). Эти два подхода основаны на консьюмеризме и конкурентоспособности. В последнее время происходит трансформация индивидов из потребителей в производителей [3].

У умного города есть ряд преимуществ, которые включают в себя оптимизацию работы транспортной системы, повышение энергоэффективности и экономии ресурсов, упрощение процессов, повышение безопасности, возможность горожан участвовать в формировании облика города и его политики, а также повышение уровня жизни и комфортности городской среды. В 2019 г. аналитический центр НАФИ вместе с АНО «Цифровая экономика» опубликовал исследование отношения россиян к смарт-технологиям (см. табл. 1). Из таблицы можно увидеть, что уровень готовности респондентов к жизни в умном городе находится не на самом высоком уровне. Согласно тому же исследованию, восприятие «умных» технологий зависит от возраста и достатка [8].

Таблица 1. Отношение россиян к «умным» технологиям

Хотели бы жить в «умном» доме	60 %
Хотели бы носить одежду из «умных» материалов	55 %
Готовы пользоваться встроенными голосовыми помощниками	59 %
Хотели бы пользоваться «умными» очками с функцией поиска информации об объекте в поле зрения	38 %
Заинтересованы в использовании нейроинтерфейсов	32 %
Готовы использовать автомобиль с электрическим двигателем	37 %
Готовы пользоваться беспилотным автомобилем	21 %
Хотели бы пользоваться технологией доставки товаров или почты беспилотниками	38 %

Одним из передовых Smart-городов можно по праву считать Лондон (Великобритания). Так, в отчете «Smarter London Together Roadmap 2018–21: Report Back to Mayor of London» говорится об обеспечении широкополосного доступа в интернет и мобильной связи 4G связи по всему городу за счет проложенных оптоволоконных кабелей в тоннелях под городом, а также создать основу для использования сетей 5G в будущем. Целью ставится обеспечить интернетом все дома и офисы [1]. Кроме того, в том же отчете говорится о принятии нового генерального плана Лондона (2021), согласно которому в объектах городской инфраструктуры на стадии планирования должны быть предусмотрены датчики для измерения показателей окружающей среды, а также подключение к инфраструктуре сети интернет. Сделано это для содействия сбора, анализа и передачи данных.

Мэрия Лондона предоставляет открытый доступ к интерактивным веб-картам города, где можно найти информацию о зеленом покрове города (вплоть до конкретного дерева и его породы), различные аспекты городской инфраструктуры, карта сооружений по утилизации отходов и др. [1] Отсюда можно сделать вывод о том, что аппарат управления города располагает огромным количеством информации, которая позволяет проводить более точечную и гибкую политику в отношении конкретных объектов.

Мэрия Лондона также поощряет краудфандинг малого бизнеса в городе как меру помощи борьбы с влиянием пандемии, причем средства на поддержание малого бизнеса выделяют сами горожане. Согласно дорожной

карте мероприятий на период 2018–2021 гг., основополагающими идеями «умного» Лондона являются открытость и вовлечение населения в решение проблем города. Созданы институты для оптимальной работы умного города (Офис аналитики данных Лондона, Офис технологий и инноваций Лондона; совместная работа органов местной власти внутри города).

Интересен опыт Китая в создании умных городов. В 2011 г. в очередном китайском пятилетнем плане было провозглашено намерение развивать «цифровые города». Китай отличается масштабами проектов. Ведущую роль в развитии умных городов играет государство, во вторую очередь — органы власти городов в сотрудничестве с крупными компаниями.

В Нанкине (Nanjing) в 2019 г. проживало более 8 млн. человек. По причине колоссальных транспортных и пассажиропотоков была внедрена система управления следующего поколения, которая основывалась на сенсорах и чипах радиочастотной идентификации (RFID) для получения данных о поведении участников дорожного движения, тарифах, состоянии дорог, транспортной доступности территорий города. Данные отправляются на смартфоны. В Шанхае (Shanghai) эту проблему решили, разместив по городу более чем 1600 LCD экранов, которые точное время прибытия общественного транспорта.

Чжухай (Zhuhai) занимает лидирующие позиции в покрытии интернета: все деревни и большие острова (более 20 домохозяйств) имеют оптоволоконное соединение или 4G сеть. Ханчжоу (Hangzhou) развивает концепцию «cashless society» (безналичное общество): автоматически

управляемые супермаркеты и рестораны, расчеты с помощью мобильных телефонов. В Гуанчжоу (Guangzhou) в процессе строительства находятся более 80 тыс. базовых станций 5G, развивается индустрия автомобилей на альтернативной энергии, планируется построить более 4 тыс. общественных станций зарядки автомобилей с более чем 50 тыс. точек по всему городу.

Пекин (Beijing) ввел виртуальную социальную сервисную карту гражданина Пекина (Beijing Citizen Social Service Card), в которой содержится ключевая информация об индивиде (паспортные данные и т.д.). С помощью виртуальной карты можно расплачиваться с помощью смартфонов за покупки и т. д. В Чэнду (Chengdu) жители города платят с помощью QR-кодов и распознавания лиц.

Эко-город Тяньцзинь (Tianjing) (30 км² бывших болот) будет построен на основе солнечной и геотермальной энергии, а выделяемое близлежащей электростанцией тепло будет использовано для обогрева. Половина потребности в воде будут обеспечиваться за счет переработанной и опресненной воды. Планируется внедрение эффективной системы сбора, классификации и переработки отходов, беспилотные автобусы и умные автобусные остановки.

Нельзя обойти стороной и Японию и города, созданные корпорациями. Например, Panasonic создает устойчивые умные города (sustainable smart towns, SST). Свой первый умный город (Fujisawa SST) компания запустила в 2014 г. на месте бывшего завода. В сотрудничестве с местными властями, компания превратила SST в пригород г. Фудзисава (442 тыс. человек в городе, 2 тыс. человек — в SST). Дома в SST рассчитаны на одну семью, с солнечными панелями и батареями. Жители пригорода могут заказать на портале города аренду электромобилей, велосипедов и скутеров или отслеживать доставку посылок (курьерами или роботами). Компания также опробовала в SST ряд технологий перед их коммерциализацией, например, сенсоры умных кондиционеров, которые находят оптимальную для сна температуру.

В апреле 2022 г. компания открыла SST в Суйта (Suita). Согласно задумке, город должен вмещать 500 человек. В городе есть дома жилой комплекс, дом престарелых, детский сад и для подготовки к сдаче экзаменов. В SST установлены камеры видеонаблюдения, наружные электронные дисплеи и высоковольтное оборудование электроснабжения, что делает SST менее подверженным сбоям.

Видеокамеры оснащены системой распознавания лиц для сбора и анализа данных с целью обнаружения падений, скопления транспорта, инвалидных кресел, тростей для слепых и других объектов.

Сравнивая опыт этих стран, можно выделить ряд особенностей.

В случае с Великобританией акцент делается на массовом сборе больших данных, открытости данных для граждан и привлечения их к решению проблем города. Кроме того, Лондон участвовал в программе Sharing Cities [1] в связи с «зеленой повесткой» вместе с Бордо (Франция), Лиссабоном (Португалия), Бургасом (Болгария), Миланом (Италия), Варшавой (Польша), которая была направлена в т. ч. на выработку общих решений для устойчивого развития городов, создание долгосрочных партнерских отношений между городами-участниками. Кроме того, технологически, Лондон может опираться на местные стартапы. По данным Forbes, в 2021 г. технологические стартапы привлекли \$25,5 млрд (вдвое больше, чем в 2020 г.), что больше, чем в других европейских городах. За год количество стартапов выросло на 20 [7].

В Китае ведущую роль играет государство (осуществляет общее планирование, определяет повестку), которое сотрудничает с китайскими технологическими компаниями. Умные города Китая сотрудничают с Сингапуром в организации инфраструктуры «зеленых» городов. Проекты Китая очень крупные как по масштабам, так и по инвестициям, а за счет бурного развития экономики у Китая есть много площадок, на которых можно тестировать технологии.

В Японии именно корпорации играют ведущую роль в развитии умных городов, особенно если города построены с нуля. Акцент стоит на комфортности городской среды в условиях благоустройства компактной территории.

Если сравнивать с российским опытом, то в России скорее работает китайский подход: государственные органы сотрудничают с Яндексом и Сбером (бывшим Сбербанком) и другими компаниями в формировании цифровой экономики. В то же время, инициатива исходит «сверху», т. е. развитие умных городов определяется, в основном, государством. Однако нельзя сказать, что Россия может похвастаться такими масштабными проектами, как строительство полноценных городов.

Литература:

1. Priorities and programmes for 2021 and beyond. — Текст: электронный // Сайт Мэра г. Лондон: [сайт]. — URL: <https://www.london.gov.uk/programmes-strategies/business-and-economy/supporting-londons-sectors/smart-london/priorities-and-programmes-2021-and-beyond> (дата обращения: 30.10.2022).
2. Webmaps and data services. — Текст: электронный // Сайт Мэра г. Лондон: [сайт]. — URL: <https://www.london.gov.uk/programmes-strategies/research-and-analysis/webmaps-and-data-services> (дата обращения: 30.10.2022).
3. Altındaş, G. Smart City Implementations in Turkey / G. Altındaş. — Текст: электронный // ResearchGate: [сайт]. — URL: https://www.researchgate.net/publication/353326723_Smart_City_Implementations_in_Turkey (дата обращения: 15.11.2022).

4. Hornyak, T. Why Japan is building smart cities from scratch / T. Hornyak. — Текст: электронный // Nature: [сайт]. — URL: <https://www.nature.com/articles/d41586-022-02218-5> (дата обращения: 15.11.2022).
5. Lai, O. Top 10 Smart Cities in China / O. Lai. — Текст: электронный // Earth.Org: [сайт]. — URL: <https://earth.org/smart-cities-in-china/> (дата обращения: 15.11.2022).
6. Regan, E. Smart Cities in Japan: Practical Innovations for Conscious Future Living / E. Regan. — Текст: электронный // Tokyo-esque: [сайт]. — URL: <https://tokyo-esque.com/smart-cities-in-japan/> (дата обращения: 15.11.2022).
7. Злобин, А. Лондон обошел все города Европы по привлеченным местными стартапами инвестициям / А. Злобин. — Текст: электронный // Forbes: [сайт]. — URL: <https://www.forbes.ru/finansy/452375-london-obosel-vse-goroda-evropy-po-privlечennym-mestnymi-startapami-investiciam> (дата обращения: 15.11.2022).
8. Россияне не верят в беспилотные автомобили, но хотят жить в «умных» домах. — Текст: электронный // Аналитический центр НАФИ: [сайт]. — URL: <https://nafi.ru/analytics/rossiyane-ne-veryat-v-bespilotnye-avtomobili-no-khotyat-zhit-v-umnykh-domakh/> (дата обращения: 15.11.2022).
9. Умный город — что это, как и где применяется. — Текст: электронный // Центр 2М: [сайт]. — URL: <https://center2m.ru/smart-city-about> (дата обращения: 15.11.2022).

К вопросу о совершенствовании бытовой деятельности

Бахарева Анастасия Сергеевна, студент

Научный руководитель: Баянова Ольга Викторовна, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

В научной статье проведен теоретический анализ научной литературы по проблемам совершенствования бытовой деятельности. Представлены мнения ученых о направлениях обеспечения эффективного сбыта товаров при помощи внедрения в практику предприятий концепции стратегического управления, формирования корпоративной культуры и поддержания деловой репутации.

Ключевые слова: бытовая деятельность, эффективность, перерабатывающее предприятие, маркетинг, бизнес-процесс

Проблемы совершенствования бытовой деятельности широко освещаются в специальной научной литературе. Многие ученые обращают внимание на повышение эффективности бытовой деятельности. Среди отечественных ученых следует отметить: Н. В. Святохо раскрыла сущность, виды, принципы формирования и управления стратегией бытовой деятельности [1]; Г. С. Ферару и В. В. Тулинова акцентировали внимание на особенностях бытовой деятельности промышленных предприятий [2]; С. В. Слабинский охарактеризовал основные элементы бытовой деятельности в современных условиях [3]; И. П. Богомолова, О. А. Уразова, Р. И. Ибрагимов, И. Н. Василенко обратили внимание на проблемы организации управления эффективной бытовой деятельностью на предприятии [4]; А. Д. Цеван разработал организационно-экономический механизм управления производственно-бытовой деятельностью перерабатывающего предприятия [5]; Н. В. Ковалева рассмотрела проблемы бытовой деятельности предприятий, оказывающих услуги населению [6]; И. Ю. Кузнецова в своей научной статье определила тенденции развития бытовой деятельности и ее ключевые особенности [7]. Таким образом, аспекты совершенствования бытовой деятельности являются актуальными научными проблемами.

По мнению Н. В. Святохо, интеграция Российской Федерации в мировое рыночное пространство требует внедрения в практику деятельности предприятий концепции стратегического управления, которая способна изменить подходы к повышению эффективности бытовой деятельности. Реализация концепции предполагает формирование информационной базы с целью повышения осведомленности руководителей при поиске средств, возможностей и квалифицированных кадров, способных повысить эффективность бытовой деятельности. Особое внимание автор уделяет формированию корпоративной культуры, которая способна создать условия для развития инициативы у работников, выработки собственных идей и соображений по поводу содержания, способов и направлений реализации стратегии бытовой деятельности. Нельзя, по мнению автора, оставить без внимания такой инструмент обеспечения управления бытовой деятельностью, как диагностика текущего состояния предприятия. Несомненно, нельзя не согласиться с мнением автора, что при формировании стратегии бытовой деятельности должны быть учтены новейшие разработки и тенденции развития рынка техники и технологий в сфере реализации продукции, а также тенденции цифровизации отраслевой национальной экономики [1, с. 153].

Главным средством, определяющим результаты эффективности деятельности любой организации, отмечают Г. С. Ферару и В. В. Тулинова, является эффективная система сбытовой деятельности. К основным условиям достижения эффективности авторы относят: удовлетворение потребностей основных заказчиков; своевременное реагирование на запросы потребительского рынка; эффективное взаимодействие с внутренними и внешними контрагентами. Авторы обращают внимание на важность участия в сбытовой деятельности предприятия технических экспертов и руководителей, которые являются членами закупочных комитетов. Одним из важнейших инструментов повышения эффективности сбытовой деятельности, считают авторы, является поддержание деловой репутации предприятия, когда оно укладывается в установленные сроки по производству и поставкам продукции. По нашему мнению, авторы выдвинули важные проблемы и разработали актуальные пути их решения, которые способны повысить эффективность сбытовой деятельности предприятия [2, с. 107].

По мнению С. В. Слабинский, сбытовая деятельность является сферой функционирования промышленного предприятия. В соответствии с терминологией французских экономистов сбыт продукции выстраивается цепочкой, которая связывает производителя и потребителя через некоторые звенья. К ним могут относиться посредники торговли, дилеры, дистрибьюторы. Автор особое значение уделяет формированию каналов распределения промышленной продукции, которые можно проследить исходя с позиции логистики. В непростых условиях конкуренции на рынке сбытовой продукции происходит смещение затрат товаропроизводителей с проблемой производственно-технологического характера на проблему сбыта. Специалисты в своих работах делают акцент на влияние системы сбыта на все сферы деятельности предприятия, важными рациональными формами распределения товаров и каналов товародвижения. С позиции маркетинга целью сбытовой деятельности предприятия является не только продажа произведенной продукции, но и удобный платежеспособный спрос покупателей. Отметим, что к основным элементам сбытовой деятельности предприятия относится транспортировка, хранение продукции, непосредственная реализация и сервисное обслуживание. Завершением является сбыт, обеспечивающей потребителя продукцией [3 с. 21,22].

Под сбытовой деятельностью определяется комплекс мероприятий продвижения продукции на рынок, утверждают И. П. Богомолова, О. А. Уразова, Р. И. Ибрагимов, И. Н. Василенко, когда продукция подготавливается к отгрузке потребителю и организуются расчеты за нее. Авторы отмечают, что сбытовая деятельность способна достичь объема продаж и удовлетворить спрос платежеспособного современного покупателя. Общеэкономический смысл сбыта продукции проявляется

как основа производственно-технологического процесса предприятия. Для того, чтобы бизнес-процесс сбыта продукции был эффективным, необходимо провести комплексное исследование потребностей покупателей, определить потребительские группы, продажи и каналы сбыта покупателям, исходные формы готовой продукции, среду конкуренции, перспективные расширения рыночных ниш. Система эффективного построения и контроля сбыта должна обеспечить достижение плановых показателей на предприятии и конкурентное развитие. В условиях конкурентного рынка приоритетной задачей для предприятия является выбор сбытовой деятельности в рамках одной бизнес-стратегии, которая отвечает в целях бизнеса и запросам потребителей. В заключение отметим, что сбыт является важным критерием и фактором экономического роста предприятия [4, с. 433].

По мнению А. Д. Цеван, сложившиеся экономические условия в Республике Беларусь, требуют от субъекта мясоперерабатывающего подкомплекса построения адекватного организационно-экономического механизма управления производственно-сбытовой деятельностью. Данное направление является основанием для устойчивого направления в развитии предприятия по мясопереработке. В Беларуси предприятия оптовых продовольственных систем находятся в стадии формирования и не в полном объеме обеспечивают потребности совершенствования производственно-сбытовой деятельности. Белорусские и российские ученые-экономисты посвятили свои публикации исследованиям и регулированию продовольственных рынков и товародвижения сельскохозяйственной продукции в качестве сырья. Также можно отметить, особенности сбытовой деятельности, характерные для стран с опытом развития рыночной инфраструктуры, о чем свидетельствуют результаты анализа состояния белорусских и российских рынков продовольственных товаров. Процесс внедрения в хозяйственную деятельность перерабатывающего предприятия эффективного метода сбыта товаров на продовольственном рынке является достаточно длинным и сложным, подход к внедрению должен быть выработан конкретным, реализуемым в каждом отдельном регионе. По нашему мнению, авторы достаточно подробно исследовали теоретические и практические подходы к совершенствованию производственно-сбытовой деятельности ОАО «Могилевский мясокомбинат» [5, с. 227, 228].

По мнению автора Н. В. Ковалева, важным и проблемным бизнес-процессом для предприятия является сбыт. Необходимо учитывать важность подхода к организации и управлению сбытовой деятельности предприятия, чтобы оно было конкурентоспособным. При организации сбыта учитываем экономический интерес производителя на основе платежеспособного спроса потребителей. Сбыт несет в себе функции окончательного результата деятельности предприятия, показывает уровень конкурентоспособности производства. Нельзя не согласиться с мнением

автора, что в непростое время предприятия не должны терять правильный подход в управлении сбытовой деятельностью [6, с. 1,2].

На сегодняшний день, по мнению И. Ю. Кузнецова, сбытовая деятельность является одной из важных сфер функционирования предприятия, занимающегося коммерческой деятельностью. Сбыт ученые определяют по-разному: характеризуют частью процесса маркетинга и называют важным средством предоставления потребителям необходимых товаров. Эффективной системой перемещения продукта от производителя до конечного потребителя с затратами по минимуму является сбытовая деятельность. Можно выделить два способа сбыта продукции: прямая торговля, дистрибуции через посредника. Собственные каналы продаж не нужны предприятиям, которые продают свои товары через посредников. Мы согласны с мнением автора, что сбытовая деятельность является одной из важных сфер деятельности предприятия. Стабильность предприятия и вид деятельности зависит от реализации лучших продуктов, созданных на высшем качестве, которые позволяют компании захватить огромный рынок сбыта продукции [7, с. 53,54].

Таким образом, к основным проблемам совершенствования сбытовой деятельности ученые относят:

— необходимость разработки концепции стратегического управления, которая способна изменить подходы к повышению эффективности сбытовой деятельности;

— активное участие в сбытовой деятельности предприятия технических экспертов и руководителей, которые являются членами закупочных комитетов;

— эффективное выстраивание элементов сбытовой деятельности предприятия, к которым относятся транспортировка, хранение продукции, непосредственная реализация и сервисное обслуживание;

— система эффективного построения и контроля сбыта на предприятии должна обеспечить достижение плановых показателей и конкурентное развитие;

— внедрение в хозяйственную деятельность предприятия эффективного метода сбыта товаров на продовольственном рынке;

— повышение эффективности сбытовой деятельности за счет обеспечения конкурентоспособности товаров для получения наилучшего окончательного результата деятельности предприятия;

— увеличение объемов реализации продукции, имеющей высшее качество, для обеспечения захвата доли рынка сбыта.

Литература:

1. Святохо, Н. В. Стратегия сбытовой деятельности предприятия: сущность, виды, принципы формирования и управления / Н. В. Святохо. — Текст: непосредственный // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. — 2021. — № 1. — с. 152–161.
2. Ферару, Г. С. Особенности сбытовой деятельности промышленных предприятий / Г. С. Ферару, В. В. Тулинова. — Текст: непосредственный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2016. — № 1. — с. 107–110.
3. Слабинский, С. В. Особенности сбыта промышленной продукции в современных условиях / С. В. Слабинский. — Текст: непосредственный // Особенности сбыта промышленной продукции в современных условиях. — 2021. — № 4. — с. 21–26.
4. Богомолова, И. П., Уразова О. А., Ибрагимов Р. И., Василенко И. Н. Особенности организации управления эффективной сбытовой деятельностью на предприятии / И. П. Богомолова, О. А. Уразова, Р. И. Ибрагимов, И. Н. Василенко. — Текст: непосредственный // Вестник ВГУИТ. — 2020. — Т. 82. № 4. — с. 432–444.
5. Цеван, А. Д. Организационно-экономический механизм управления производственно-сбытовой деятельностью ОАО «Могилевский мясокомбинат» / А. Д. Цеван. — Текст: непосредственный // Проблемы экономики. — 2011. — № 2. — с. 227–236.
6. Ковалева, Н. В. Управление сбытом в деятельности предприятий сферы услуг / Н. В. Ковалева. — Текст: непосредственный // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — № S6. — с. 1–7.
7. Кузнецова, И. Ю. Мировые тенденции развития сбытовой деятельности / И. Ю. Кузнецова. — Текст: непосредственный // Вестник магистратуры. — 2015. — № 12(51). — с. 53–55.

Маркетплейс как способ выхода на зарубежные рынки

Бессонова Екатерина Игоревна, студент магистратуры
Липецкий государственный технический университет

В статье рассмотрены необходимость и преимущества маркетплейса как способа выхода на зарубежные рынки. Проведен сравнительный анализ возможностей маркетплейсов в США и России, а также описана деятельность одного из крупнейших маркетплейсов России Ozon, который демонстрирует ежегодные тенденции роста показателей, является «уникальным явлением» для российского e-commerce, так как торгует на бирже США.

Ключевые слова: маркетплейс, eCommerce, цифровая торговля, Интернет-торговля, развитие бизнеса, онлайн-продажи.

Для бизнеса современным трендом является выстраивание деятельности на маркетплейсах. Выход на зарубежные рынки имеет ряд преимуществ: расширение целевой аудитории, ранее не охваченной, создание нового оптимального механизма продаж, выбор приоритетного направления развития через поиск «ниши», получение ценного опыта. Главным преимуществом маркетплейса является возможность масштабирования положительного опыта и перенос его на другой рынок.

Любая компания при выходе на внешние рынки должна ответить на следующие вопросы:

- когда — стать первопроходцем на рынке (first-mover) или последователем;
- как — определение масштабов выхода как массовый захват или постепенное расширение бизнеса;
- где — выбор ключевых рынков.

Перед компанией стоит выбор модели развития маркетплейса:

- B2B — платформа для профессиональных участников рынка и каналов продаж;
- B2C — платформа по доступу физических лиц к продукции профессиональных участников рынка;
- B2B2C — платформа для подключения профессиональных участников рынка, каналов продаж и физических лиц.

Наиболее распространенной является модель B2C-сегмента, например, Amazon, eBay, AliExpress, B2C, VirtualExpo. К известным B2B-площадкам относятся AeroExpo (площадка в авиастроительной отрасли), AgriExpo (пло-

щадка в сфере оборудования для сельского хозяйства), DirectIndustry (площадка для промышленного оборудования и комплектующих) и другие.

Существует пять этапов выхода на B2C-площадку, представленную на рис. 1.

Существует определенная схема взаимодействия маркетплейсов и их партнеров по вопросам логистики, возвратов, взаиморасчетов, юридическим и бухгалтерским аспектам. Представим на рис. 2 данную специфику работы с маркетплейсами.

С 2020 г. рынок e-commerce развивается стремительно, что обусловлено ограничениями передвижения в период пандемии, торговая деятельность перешла в онлайн-формат.

В США наблюдается высокая конкуренция, так как 8 млн. магазинов и 30 млн. юридических лиц и стремительный рост покупателей, количество которых к 2025 г. достигнет 291 млн. чел.

Представим на рис. 3 динамику рынка e-commerce в США за 2017–2025 гг.

Прогнозируется, что рынок e-commerce в США к 2025 г. возрастет до 1329,7 млрд. долл. США, то есть за период 2017–2025 гг. показатель возрастет в 3 раза. В 2021 г. объем рынка составил 767,7 млрд. долл. США. Схожая тенденция наблюдается на европейском рынке.

На российском рынке представлено в среднем 280 000 онлайн-магазинов, которые работают в формате B2C, и 5,7 млн. юридических лиц. Соответственно, для рынка России характерна низкая конкуренция среди продавцов.

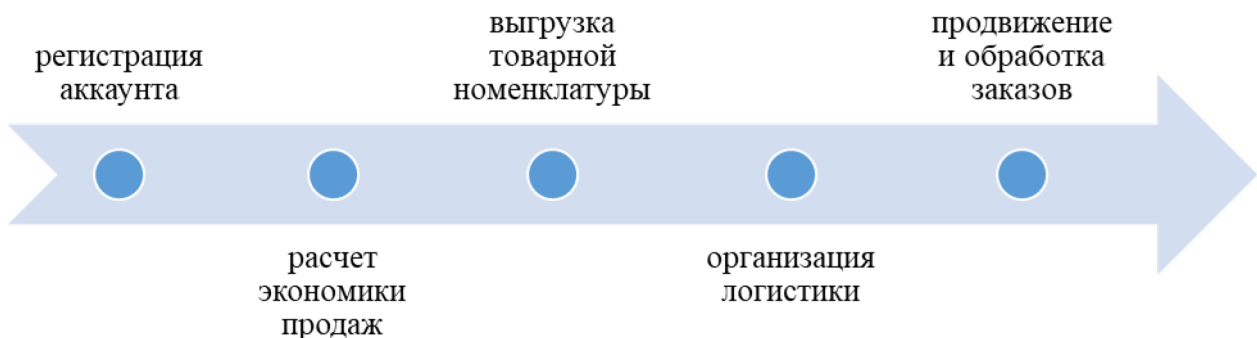


Рис. 1. Этапы выхода на B2C-площадку [2]

Зарубежный рынок для российских производителей является привлекательным из-за высоких доходов и платежеспособности населения. Например, средний чек в России за покупки составляет 4000 руб., а США — более 14000 руб. Но при этом в США процент возврата заказов составляет 30 %, а Японии всего 5 %.

Крупнейшие российские маркетплейсы выходят с локального рынка и осваиваются в других регионах, что открывает возможности для всех участников площадки.

Ozon — одна из ведущих площадок электронной торговли в России, которая создана в 1998 г. Компания имеет

Варианты организации логистики	<ul style="list-style-type: none"> • фулфилмент • хранение товара на складе продавца
Юридические вопросы	<ul style="list-style-type: none"> • акцепт публичной оферты • заключение партнерского договора
Взаиморасчеты с продавцами	<ul style="list-style-type: none"> • процент комиссии площадки • расчеты по продажам и программам лояльности
Возвраты	<ul style="list-style-type: none"> • отказной поток • возвратный поток
Учет и финансовая отчетность	<ul style="list-style-type: none"> • перечень и стоимость заказов • реестр платежей • размер комиссии • акты сверки

Рис. 2. Специфика работы с маркетплейсами [1]

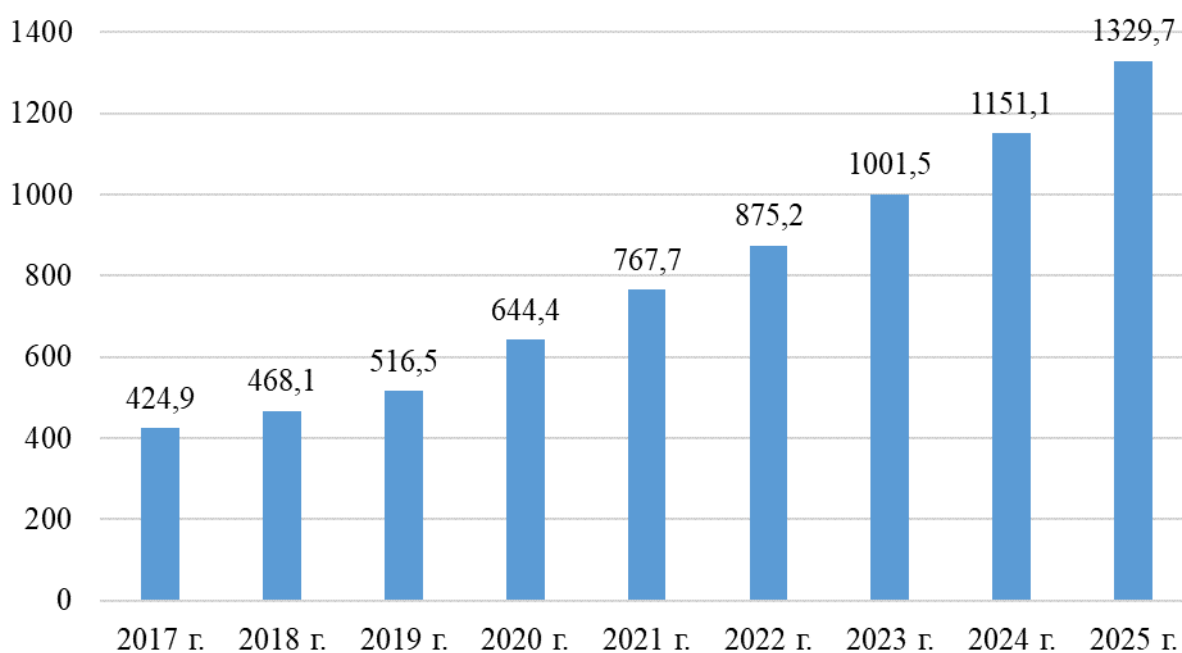


Рис. 3. Динамика рынка e-commerce в США, млрд. долл. США [7]

более 80 млн. наименований товаров в 20 категориях и более 90 тыс. продавцов на маркетплейсе.

Компания Ozon развивает множество направлений деятельности, которые формируют единую экосистему, целью которой является удовлетворение потребностей клиентов. Компания разрабатывает различные IT-решения по подключению поставщиков к маркетплейсу из России и стран СНГ, развивает трансграничные операции.

С 2021 г. Ozon через платформу Global стал расширять свое присутствие на зарубежных рынках, а в Беларуси и Казахстана. Так с августа 2021 г. получить заказы, оформленные на площадке, можно в 2 000 почтовых отделений Казахстане. В результате партнерства с Казпочтой общее количество точек выдачи заказов Ozon в республике увеличится почти в 20 раз. Также благодаря работе с международными службами доставки Ozon может доставлять заказы в разные страны. Например, в Израиль, Швейцарию и Норвегию.

В августе 2022 г. Ozon открыл представительство в Стамбуле — первый офис компании за рубежом, кроме СНГ. Сотрудники данного офиса будут отвечать за привлечение продавцов и ритейлеров на платформу Ozon, чтобы расширить ассортимент товаров. Компания планирует делать упор в первую очередь на турецкие бренды одежды. Подобные офисы рекомендуется открыть в таких странах как Азербайджан, Армения, Иран, ОАЭ и других.

В 2021 г. в рейтинге Forbes по стоимости бизнеса компаний Рунета, Ozon занимает третью позицию после Яндекс и Wildberries, стоимость компании составила 10,58 млрд. долл. США [3]. Достичь в рейтинге 3ю позицию Ozon смог благодаря размещению в ноябре 2020 г. акции

на Nasdaq. Компания привлекла 1,2 млрд. долл. США на IPO, удельный вес новых инвесторов достиг 18,2 %. Также за данную сделку в 2021 г. Ozon получил 1е место в номинации «Сделка года PE» на церемонии Russia PE&VC Awards (XIII Российский конгресс Private Equity и IX Форум венчурных инвесторов) [6].

В рейтинге DataInsight Ozon находится на 2 месте после своего прямого конкурента Wildberries (рис. 4).

Лидером рейтинга является Wildberries, онлайн-продажи которого составили 805,7 млрд. руб., темп прироста показателя составил 95 %. В компании Ozon онлайн-продажи в 2021 г. составили 446,7 млрд. руб., темп прироста — 126 %. На третьем месте рейтинга находится магазин электроники — DNS-shop, продажи компании составили 185,3 млрд. руб., что на 41 % выше по сравнению с 2020 г.

Далее представим на рис. 5 динамику показателя GMV — общего объема оборота товаров, данный показатель популярен в связи с развитием направления e-commerce, его используют непродуктовые ритейлеры, развивающиеся по пути маркетплейса.

В официальных отчетах показатель GMV публикуют: Ozon, Яндекс, М.Видео, Детский мир и другие компании. Общий объем оборота торговли Ozon в динамике ежегодно возрастает — в 2020 г. на 116599 млн. руб. или 144,27 %, а в 2021 г. на 250846 млн. руб. или 127 %. Доля маркетплейса в GMV также ежегодно увеличивается — в 2019 г. показатель составил всего 17,4 %, а в 2021 г. возрос на 47,4 %, достигнув 64,8 %.

Несмотря на ежегодное развитие компании существует ряд проблем. Например, ежегодный рост финансового убытка. Также Ozon размещает собственные акции

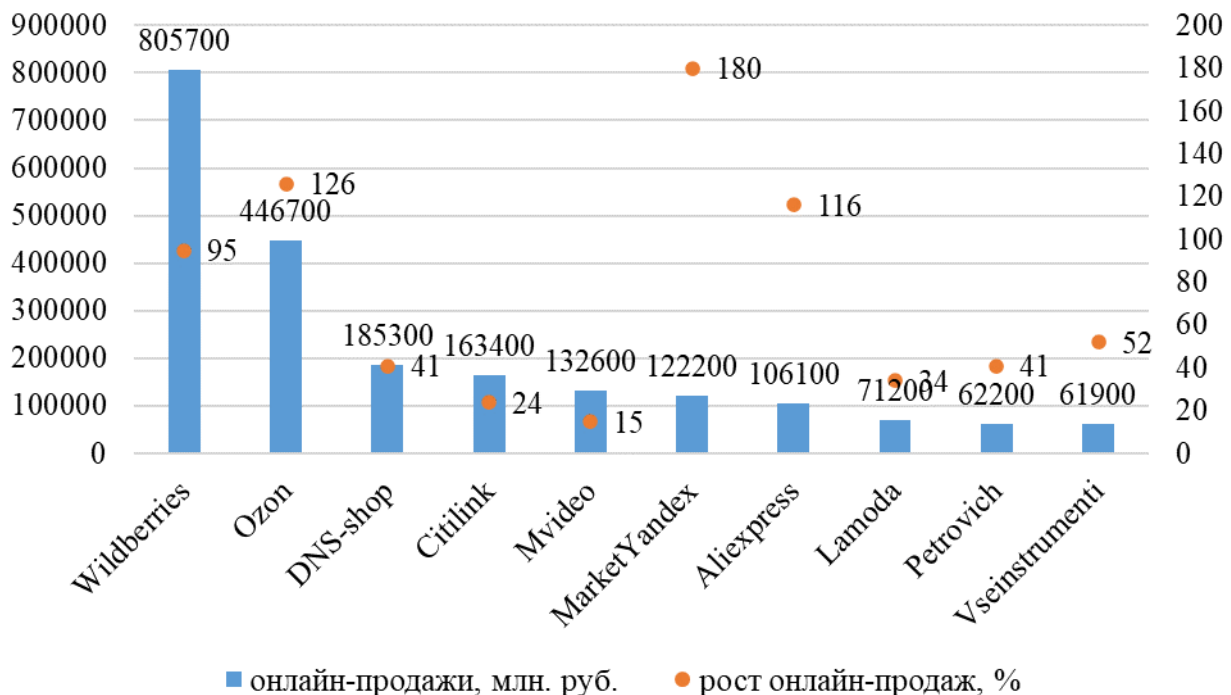


Рис. 4. Распределение интернет-магазинов по онлайн-продажам в 2021 г. [4]

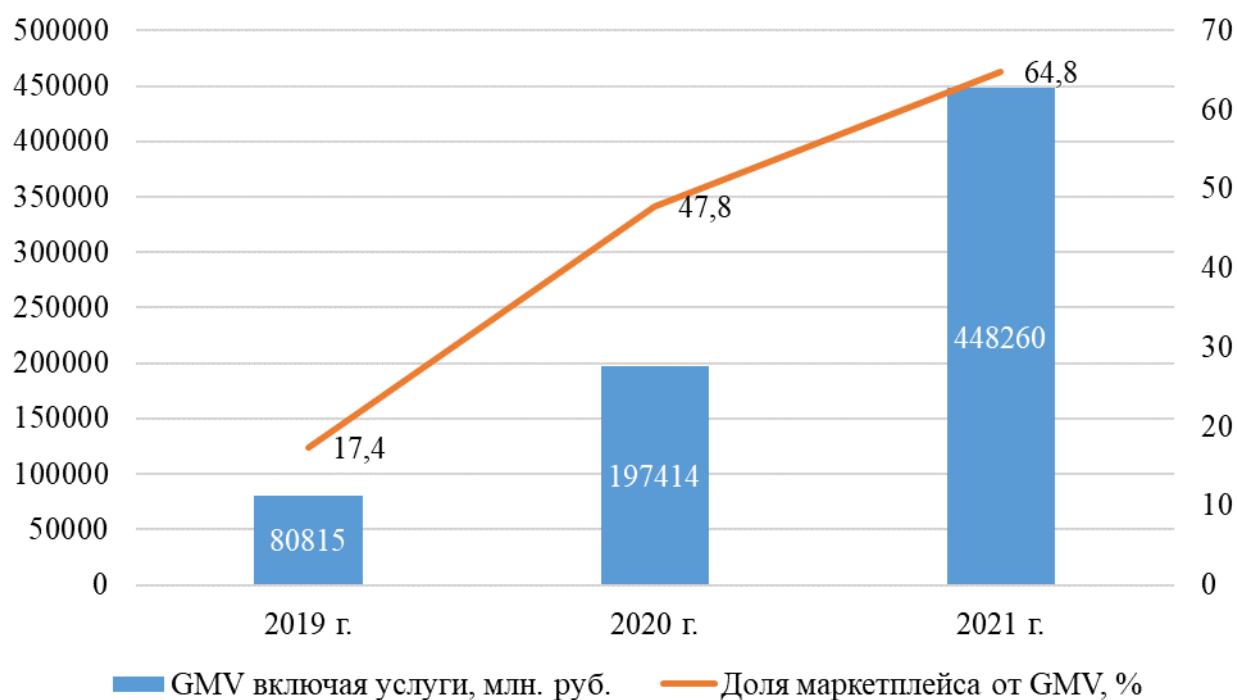


Рис. 5. Динамика GMV Ozon за 2019–2021 гг. [5]

на американской фондовой бирже NASDAQ, компания может столкнуться с трудностями доступа к международным рынкам ценных бумаг и долговых инструментов, а также окажется в более сильной зависимости от поддержки государства.

Отметим, что большая часть e-commerce России зависит от инвестиционного климата в стране, покупательской способности и развития экономики в целом, Ozon уникален тем, что является единственной компанией, которая торгует на бирже США.

Санкции уже оказали негативное воздействие на торговлю компании, в дальнейшем прогнозируется ухуд-

шение ситуации — снижение уровня финансового состояния, результативности операций, привлечения капитала в будущем, инвестиций в расширение инфраструктуры и операционной деятельности.

Компании необходимо применить грамотный подход к выявлению лишних затрат и недополученных доходов, что повысит эффективность компании в будущем. К способам выявления излишних затрат и недополученных доходов относятся: анализ дебиторской и кредиторской задолженности, проверка выписки по счетам, контроль за соблюдением условий договоров с поставщиками, анализ косвенных налогов.

Литература:

1. Куликова, О. М. Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли / О. М. Куликова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2020. — № 6. — с. 50–55.
2. Способы выхода российских компаний на внешние рынки через маркетплейсы // Официальный сайт Отраслевой портал. — URL: <https://logistics.ru/upravlenie-logistikoy-i-kompaniey/acex-o-marketpleysakh-sposoby-vykhoda-rossiyskikh-kompaniy-na>.
3. Рейтинг 30 самых дорогих компаний Рунета. Рейтинг Forbes // Forbes. — URL: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/421235-30-samyh-dorogih-kompaniy-runeta-reyting-forbes>.
4. Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов // Data Insight. — URL: <https://top100.datainsight.ru/#tabD13439BA>.
5. Annual Reports And Quarterly Results // Ozon. — URL: <https://ir.ozon.com/>.
6. PREQVECA Awards // PREQVECA. — URL: <http://preqveca.ru/awards/>.
7. Retail e-commerce revenue in the USA from 2017 to 2025 // Официальный сайт Statista. — URL: <https://www.statista.com/outlook/digital-markets>.

Управление оборотными средствами и оценка использования оборотных средств предприятия

Бусуёк Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент;
Новрузова Гюнатай Абулфат кызы, студент магистратуры
Московский финансово-юридический университет МФЮА

В статье рассматриваются вопросы управления оборотными средствами, излагается системный подход к созданию рациональной системы управления оборотными средствами предприятия.

Определена система показателей, применяемая для оценки использования оборотных средств.

Были сформулированы рекомендации по созданию эффективной системы оборотного капитала.

Ключевые слова: оборотный капитал, управление оборотным капиталом, эффективность, оборачиваемость, ликвидность.

В условиях современной экономики использование бизнес-организациями оборотных средств качественно и количественно влияет на результативность их деятельности, их финансовое состояние.

Поскольку от рационального управления оборотным капиталом зависят такие показатели деятельности предприятий, как ликвидность, прибыль и рентабельность, финансовая устойчивость, трудно недооценить роль эффективного управления оборотным капиталом в обеспечении успешного функционирования и развития компаний [1].

Проблемы управления оборотным капиталом для отечественных предприятий не теряют своей остроты на протяжении всего развития российской экономики, но, как показывает российская практика ведения бизнеса, особенно актуальны в условиях кризисных явлений, которые наиболее часто происходят и оказывают влияние на экономику, долгосрочное воздействие на российские компании в последние годы.

При этом, вне зависимости от влияния положительных или отрицательных социально-экономических, политических тенденций, в каждой отрасли отечественной экономики есть предприятия, эффективно управляющие своими оборотными средствами, тем самым обеспечивая их устойчивое развитие, нормальное финансовое состояние и приемлемый уровень, ликвидность, прибыльная и рентабельная деятельность [4].

Поэтому необходимость рассмотрения в данной статье основ управления оборотным капиталом обусловлена как реалиями экономической ситуации в стране, так и величиной оборотного капитала для отдельно взятой компании.

В отечественной практике больше внимания уделяется вопросам управления оборотным капиталом, однако большинство публикаций и исследований посвящено отдельным элементам оборотных средств — денежным средствам, дебиторской задолженности, запасам.

В то же время мировой опыт показал и доказал, что необходим комплексный системный подход к управлению оборотным капиталом [4].

Кроме того, основой эффективного управления оборотным капиталом должна быть система управления всеми его элементами, в том числе:

- определение целей и задач руководства;
- создание информационных ресурсов необходимых для анализа, управления, прогнозирования;
- анализ оборотного капитала и показателей, характеризующих эффективность его использования;
- определение и оценка факторов, воздействующих на оборотный капитал;
- использование управленческих методов.

Целью управления оборотными средствами является определение их оптимальной структуры и создание источников денежных средств в балансе между ликвидностью и рентабельностью предприятия.

Поддержание ликвидности связано с достаточным накоплением капитала, обеспечение и увеличение прибыльности требует сокращения оборотных средств.

Системный подход позволяет создать на практике процесс управления оборотными средствами в виде последовательного выполнения следующих этапов, каждый из которых решает определенную задачу в управлении [4]:

- анализ оборотных средств и показатели, характеризующие эффективность использования;
- идентификацию и оценку факторов, влияющих на оборотный капитал;
- использовать управленческие методы.

Целью управления оборотными средствами является определение их оптимальной структуры и создание источников денежных средств в балансе между ликвидностью и рентабельностью предприятия.

Поддержание ликвидности связано с достаточным накоплением капитала, обеспечение и увеличение прибыльности требует сокращения оборотных средств.

Системный подход позволяет создать на практике процесс управления оборотными средствами в виде последовательного выполнения следующих этапов, каждый из которых решает определенную задачу в управлении [3]:

– анализ оборотных средств предприятия в предыдущем периоде и его сравнение с результатами деятельности компании;

- выбор политики формирования текущих активов;
- расчет потребности в оборотном капитале и оптимизация объема и структуры капитала для обеспечения ликвидности и прибыльности предприятия;
- рационализация источников формирования оборотных активов.

Источником информации для создания эффективного управления оборотным капиталом является информация бухгалтерского учета (финансовая и управленческая), прогнозная информация (данные бюджетирования, бизнес-планирования и т. д.).

В процессе анализа оборотного капитала исследуют его динамику и структуру, рассчитывают следующие показатели [2].

Коэффициент оборачиваемости (определяется по обороту) и время оборота (в днях):

$$K_o = \frac{BP}{CO},$$

где K_o — оборачиваемость, характеризующая скорость оборачиваемости;

CO среднее значение показателя, по которому производится расчет товарооборота.

Продолжительность одного оборота в днях определяется как:

$$O_o = \frac{360}{K_o}$$

где O_o оборачиваемость в днях;

Оборачиваемость и период оборота, как всего оборотного капитала, так и каждой его составляющей, товарно-материальных запасов, дебиторской задолженности и т. д.

Коэффициент фиксации оборотного капитала:

$$K_z = \frac{CO}{BP},$$

где K_z коэффициент определения оборотного капитала.

Выведение из оборота (вывод) оборотных средств:

$$\Delta CO = CO_1 - CO_0 \cdot K_B,$$

где ΔCO сумма сбережений (-), привлекательность оборотных средств (+);

CO_1, CO_0 сумма оборотных средств за отчетный и базисный период;

K_B коэффициент роста производства (в отн. ед.).

Высвобождение (изъятие) оборотных средств вследствие изменения периода оборота:

$$\Delta CO = (O_{D1} - O_{D0}) \cdot BP_{одн},$$

где O_{D1}, O_{D0} период оборота в днях за отчетный и базисный периоды;

$BP_{одн}$ — однодневная реализация продукции.

Рост объемов производства за счет ускорения оборота:

$$\Delta BP = (K_{O1} - K_{O0}) \cdot CO_1,$$

где ΔBP рост объема производства.

Влияние оборота капитала на рост прибыли.:

$$\Delta P = \frac{P_0 \cdot K_{O1}}{K_{O0}} - P_0.$$

где ΔP — изменение прибыли;

P_0 — прибыль за прошедший год.

Доходность оборотного капитала:

$$P_{обср} = \frac{P_{пр}}{CO} \cdot 100$$

где $P_{обср}$ — оборотные средства;

$P_{пр}$ — прибыль от реализации.

Собственный оборотный капитал (СОС) — это разница между долгосрочными обязательствами (собственный капитал, долгосрочные обязательства, доходы будущих периодов) и внеоборотными активами [2].

Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами:

$$K_{обесп} = \frac{СОС}{CO},$$

где $K_{обесп}$ — коэффициент обеспеченности предприятия собственным оборотным капиталом.

Доля запасов с собственными оборотными средствами:

$$K_{обеспзап} = \frac{СОС}{3}$$

где $K_{обеспзап}$ — коэффициент обеспеченности акций собственным оборотным капиталом;

3 — объем товарно-материальных запасов предприятия. Чистый оборотный капитал (ЧОК) представляет собой разницу между оборотными активами (имеется в виду задолженность участников над взносами в управляющую компанию минус) и текущими обязательствами, включая краткосрочные кредиты и займы, кредиторскую задолженность, задолженность перед участниками (учредителями) выплата доходов, резервы будущих выплат и другие краткосрочные обязательства [2].

Эффективность использования оборотного капитала зависит от факторов:

- внешний: общеэкономическая ситуация; черты налогового законодательства;
- условия кредита и процентные ставки;
- возможность целевого финансирования.

- участие в программах, финансируемых за счет бюджета;
- внутренний: объем производства и реализации;
- чем выше темп развития, тем больше оборотный капитал;
- вид и масштаб работ (характер предприятия), длительность производственного цикла (в отраслях оборотный капитал обращается медленнее, чем в таких отраслях, как пищевая или легкая);

- капитальная структура предприятия;
 - виды и составы потребляемого сырья и др.
- С учетом вышперечисленных факторов предприятие может использовать внутренние резервы для рационализации движения оборотных средств.
- Представленные в различных источниках методы управления оборотным капиталом сгруппированы по следующим направлениям:

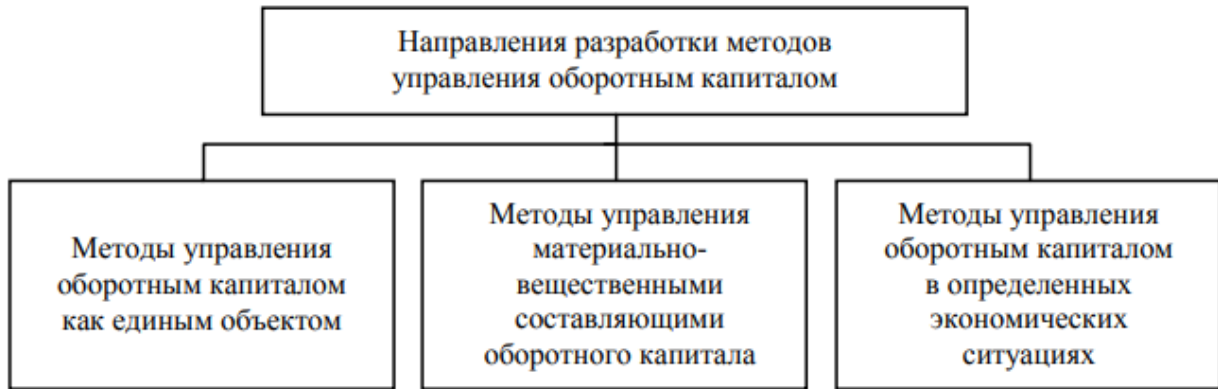


Рис. 1. Группировка руководящих принципов разработки методов управления оборотным капиталом

К первой группе относятся рекомендации по разработке методов управления оборотными средствами, в которых оборотные средства определяются как единый объект управления. При этом в качестве основного критерия для принятия управленческих решений используют

классические показатели финансовой деятельности предприятия [3].

Вторая группа методов включает методы, представленные в табл. 1.

Таблица 1. Методы управления составляющими оборотного капитала

Элементы оборотного капитала	Существующие методы управления
Запасы товарно-материальных ценностей	1. Нормирование
	2. Оптимизация
	3. Контроль запасов
Дебиторская задолженность	1. Качественный анализ
	2. Планирование денежных потоков
	3. Нетрадиционные финансовые операции
Денежные средства и высоколиквидные ценные бумаги	1. Планирование денежных потоков
	2. Оптимизация

Изучение методологических подходов к управлению оборотным капиталом выявило существование различных методов и моделей управления его отдельными составляющими, что в практике предприятий требует системного подхода к управлению оборотным капиталом на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях управления.

С учетом изложенного выше системного подхода и на основе анализа практики управления оборотным капиталом российских бизнес-структур были выделены следующие ключевые моменты и рекомендации для по-

строения эффективной системы управления оборотным капиталом [1]:

1. Интеграция управления оборотными средствами во все отделы предприятия.

В российских компаниях процедуры оптимизации и контроля оборотных средств воспринимаются как функциональные задачи определенных специалистов и отделов.

В то же время несогласованность действий со всеми звеньями предприятия снижает эффект от высвобождения средств, поступлений от оборотных средств.

Управление оборотными средствами должно быть интегрировано в операционный процесс всех структурных подразделений компаний.

2. Стимулирование работников в части оплаты труда на основе значений показателей управления денежными потоками, товарно-материальными запасами и дебиторской задолженностью.

Приведение вознаграждения в соответствие с целевыми денежными потоками часто помогает увеличить денежный поток, избежать значительной дебиторской задолженности и т. д.

3. Обеспечение качества информации, используемой в системе управления оборотным капиталом.

Надежность и эффективность системы сбора и анализа информации является ключевой основой в процессе управления оборотным капиталом, так как для реализации определенных мероприятий в области управления дебиторской, кредиторской задолженностью и запасами требуются надежные оперативные данные.

Даже самые крупные компании, являющиеся лидерами в своей отрасли, не обладают высоким уровнем качества информации.

Повышение качества информации включает в себя: повысить эффективность исторических данных.

Обычно информация об оборотных средствах из бухгалтерии создается со значительными задержками:

- фактические данные об остатках оборотных средств могут быть доступны через месяц после отчетной даты, и даже тогда предварительная информация может быть доступна и обновлена позже;

- обеспечивать сопоставимость управленческих и бухгалтерских данных и гармонизировать систему аналитического учета с задачами управления, как в бухгалтерском учете, так и в управлении;

- увеличить горизонт планирования;

- повышение качества прогностической информации;

4. Учет внутренних и внешних факторов, влияющих на потребность в оборотном капитале.

Оценка влияния факторов позволит наиболее полно определить состав источников их возникновения, т. е. использовать их с точки зрения рентабельности операций и обеспечения ликвидности функционирования хозяйственного актива.

5. Методический подход.

Оборотный капитал следует мыслить не как набор компонентов (запасы, дебиторская и задолженность), а комплексно, с учетом взаимосвязей между его компонентами и их роли в цепи оборота капитала.

Такой комплексный подход позволяет рассматривать отдельные компоненты оборотного капитала с учетом их взаимосвязей и влияния на другие процессы в цепочке создания стоимости [3].

Возможна реализация комплексного подхода с использованием следующих методологических элементов:

- анализ движения денежных средств с использованием косвенного метода;

- сокращение складских запасов, поддержание ритмичности производственных процессов и сбалансированность качества обслуживания клиентов;

- оптимизация сроков кредита и сбора платежей.

Поэтому эффективное управление оборотным капиталом должно основываться на системном подходе, который осуществляется комплексно и интегрируется весь операционный процесс компании.

Отдельные мероприятия по оптимизации элемента оборотного капитала не дадут ожидаемого эффекта. Для устойчивого развития предприятия необходимо внедрить полноценную систему управления оборотным капиталом, основанную на четком определении ответственных лиц, единой системе управления, показатели, качественная оперативная информация, определенная и документально подтвержденная методология управления.

Литература:

1. Кичигина, Е. В. Методические основы управления оборотным капиталом организации [Электронный ресурс]. Режим доступа. <http://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskiye-osnovi-upravleniya-oborotnim-kapitalom-organizatsii>.
2. Кулакова, Ю. Н., Кулаков А. Б. Разработка метода расчета средней продолжительности пребывания оборотных средств предприятия в анализируемом периоде // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. 2015. № 1. с. 36–44.
3. Курбангалеева, О. А. Какими способами пополнить оборотные средства компании // Российский налоговый курьер. 2014. № 23. с. 24–31.
4. Магадова, С. О. Особенности формирования и использования оборотных средств предприятий строительной отрасли // Бухучет в строительных организациях. 2012. № 1. с. 44–47.

Расширение производства завода ООО «Алабуга-Волокно»

Габерлинг Андрей Владимирович, генеральный директор;
Нурмухаметова Анна Наилевна, кандидат технических наук, инженер-технолог
ООО «Алабуга-Волокно» (г. Елабуга)

Зенитова Любовь Андреевна, доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой
Казанский национальный исследовательский технологический университет

В 2021 году состоялся запуск производства полиакрилонитрильного прекурсора. Процесс построен на базе отработанной технологии и ноу-хау компании Montefibre по производству акрилового волокна с соответствующими модификациями для получения прекурсора с высокими характеристиками. Ключевые характеристики процесса — относительно низкая стоимость производства, надежность и гибкость.

Ключевые слова: ПАН-прекурсор, углеродное волокно.

Expansion of production factory LLC «Alabuga-Volokno»

Gaberling Andrey Vladimirovich, general director;
Nurmukhametova Anna Nailovna, candidate of technical sciences, process engineer
Liability Company «Alabuga-Volokno» (Elabuga)

Zenitova Lyubov Andreevna, doctor of technical sciences, professor, head. department
Kazan National Research Technological University

In 2021 the production of polyacrylonitrile precursor was launched. The process is based on Montefibre's proven technology and know-how for the production of acrylic fiber with the appropriate modifications to obtain a precursor with high characteristics. The key features of the process are relatively low production costs, reliability and flexibility.

Keywords: PAN-precursor, carbon fiber.

Для повышения уровня жизни человека необходимо обеспечивать непрерывный процесс развития во всех областях науки и техники. Одним из определяющих факторов такого развития является разработка новых и перспективных видов композиционных конструкционных материалов, армированных искусственными волокнами. Востребованность таких материалов обусловлена с одной стороны их высокими механическими характеристиками и долговечностью, а, с другой стороны невозможностью обойтись без подобных технических решений в прочных и облегченных конструкциях. Еще в конце XX века высокопрочные волокна (углеродные, стеклянные, арамидные и др.) применялись в основном в ответственных конструкциях и дорогостоящей спортивной экипировке. За последние три десятилетия высокопрочные волокна и композиты на их основе значительно шире вошли в нашу жизнь и все чаще заменяют традиционные конструкционные материалы в энергетике, транспорте, электронике и других сферах деятельности [1, 2].

Химические волокна — нити из органических и неорганических соединений, получаемые промышленными способами. Выделяют три вида химических волокон, в зависимости от исходного сырья.

Искусственные волокна получают из природных полимеров, главным образом из целлюлозы. К продуктам такого вида можно отнести вискозные и ацетатные нити.

Синтетические нити получают из полимеров, полученных в процессе синтеза из природных низкомолекулярных соединений. Исходным сырьем выступают продукты переработки нефти, газа и каменного угля, например, бензол, фенол, этилен и ацетилен. В результате можно получить капрон, лавсан, нитрон, хлорин, спандекс.

Минеральные волокна — нити из неорганических соединений. Они могут быть стеклянными или металлическими. Стекловолокно высоко ценится за его армирующие свойства и используется в самых разных областях от стоматологии до автомобилестроения. Металлическое волокно активно используется в автомобильной и аэрокосмической промышленности при изготовлении различных фильтров [3].

Темпы роста мирового производства синтетических волокон за последние 4 года замедлились. Если в 2013 г. по сравнению с предыдущим годом мировой выпуск синтетических волокон и нитей возрос на 6,7 %, то в 2014 г. на 5 %, а в 2015–2016 гг. — на 1,9 % в год [3]. Замедление темпов роста производства было характерно практически для всех видов синтетических волокон и нитей.

Мировое производство химических волокон в тот же период демонстрировало высокие темпы роста: в 2013 г. по сравнению с 2012 г. возросло на 5,8 %, в 2014 г. — на 5,5 %, в 2015 г. — на 6 %, в 2016 г. — на 4,8 % (рис. 1–3) [3].

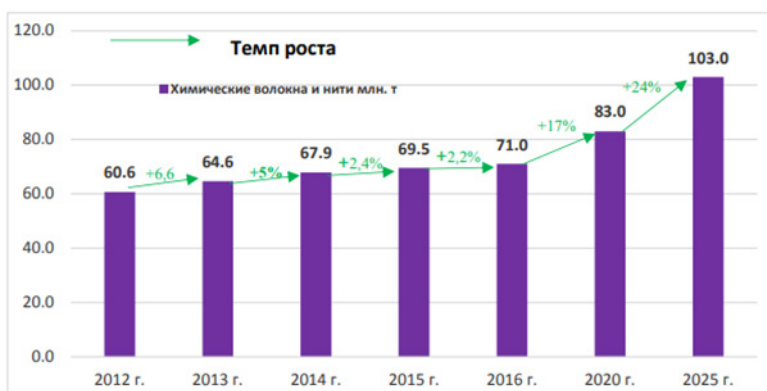


Рис. 1. Объем мирового производства химических волокон и нитей и темпы роста в 2012–2025 гг., млн. т (Источник: Chemical Fibers International) [3]

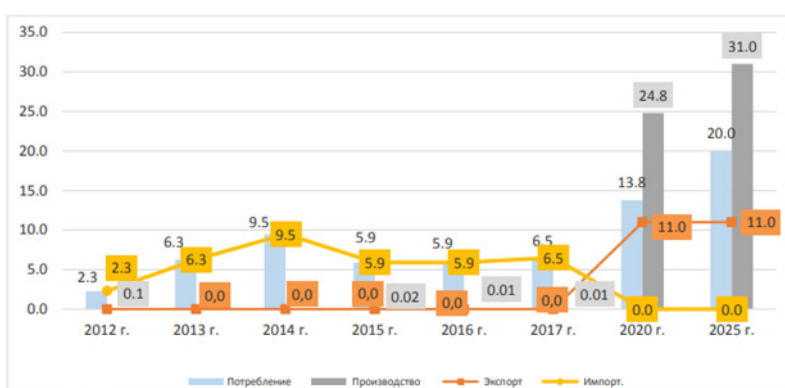


Рис. 2. Производство, рынок, экспорт и импорт полиакрилонитрильных волокон в России в 2012–2025 гг., тыс. т (Источник: данные ФСГС, данные ФТС, аналитика ОАО «НИИТЭХИМ») [3]

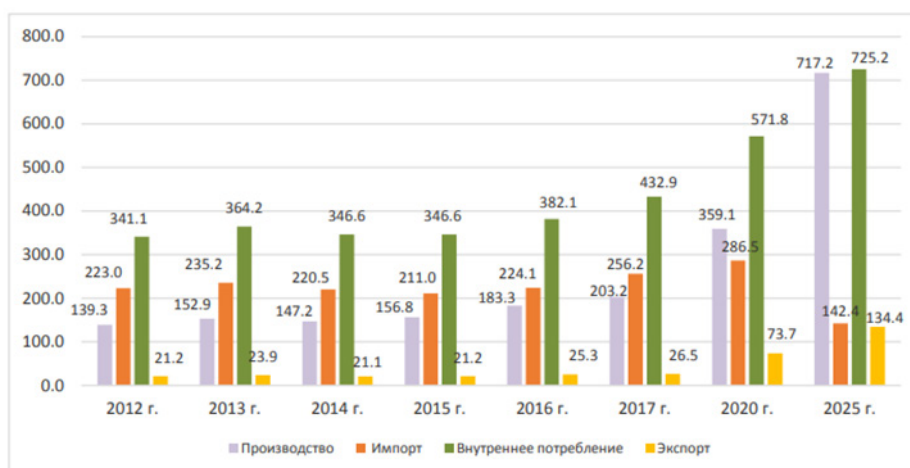


Рис. 3. Производство, рынок, экспорт и импорт химических волокон и нитей в России в 2012–2025 гг., тыс. т (Источник: данные ФСГС, данные ФТС, аналитика ОАО «НИИТЭХИМ») [3]

Крупнотоннажные производства полиакрилонитрильных (ПАН) волокон текстильного назначения, производимые ранее на ООО «Саратоворгсинтез» в объёме до 24 тыс. т, с 2011 года не выпускаются. В настоящее время незначительные объёмы производит ООО «Композит волокно», г. Саратов (11 тонн в 2017 г.). Сегодня российский рынок ПАН волокон, представленный почти полностью

импортом, относительно невелик и в последние годы составлял порядка 6 тыс. т. В перспективе до 2025 г. ожидается его восстановление до уровня не более 20 тыс. т [3].

Однако потребление химических волокон неизменно растёт. Так потребление химических волокон в Российской Федерации в перспективе до 2025 г. представлено в таблице 1 [3].

Таблица 1. Потребление химических волокон

Наименование контрольного показателя	Значение 2017 г.	Целевое значение 2025 г.
Объем производства химических волокон и нитей, тыс. т.	189,7	530,0
Потребление химических волокон и нитей на душу населения, кг/чел.	2,8	5,3
Для импорта в потреблении химических волокон и нитей, %	60	45

Завод по получению углеродного волокна ООО «Алабуга-Волокно» (рис. 4) был введен в промышленную эксплуатацию в 2014 году. Строительство производственной

площадки стало важным шагом в реализации программы импортозамещения.



Рис. 4. Промышленное предприятие ООО «Алабуга-Волокно»

Оборудование завода соответствует всем мировым стандартам. Технология получения углеродных волокон разработана российскими инженерами. Мощность производства составляет более 1 400 тонн в год. Продукция ООО «АЛАБУГА-ВОЛОКНО» по уровню свойств и ценовым характеристикам сопоставима с международными аналогами.

В мире существует ряд компаний, занимающихся производством и реализацией ПАН-прекурсора для компаний, производящих углеродное волокно (УВ). Однако, крупнейшие игроки на рынке поставок УВ имеют собственные производственные площадки ПАН прекурсора.

Промышленные технологии производства ПАН прекурсора делятся по трем основным технологическим решениям:

- тип полимеризации;
- используемый в технологии растворитель;
- метод формования.

В промышленности используют два типа полимеризации: суспензионная (Toray-Zoltek, Toho Tenax, Mitsubishi Rayon, SGL, Hexcel и пр.) и растворная (Toray, Cytec, Hyosung, Bluestar и прочее). При проведении растворной и суспензионной полимеризаций может быть использован как непрерывный, так и периодический режим работы. Оба типа полимеризации имеют как преимущества, так и недо-

статки. Основным преимуществом растворной полимеризации является отсутствие дополнительных стадий, связанных с выделением, промывкой, сушкой и растворением полимера. К недостаткам же относят: высокую вязкость раствора, получаемого при полимеризации, что приводит к необходимости решения проблем с отводом тепла из реакционной массы; наличие примесей в прядильном растворе, которые содержались в компонентах реакционной массы, что приводит к необходимости более тонкой фильтрации высоковязких растворов. Преимуществами суспензионной полимеризации считаются: высокая конверсия процесса сополимеризации; возможность хранения сухого полимера в течение длительного времени без потерь качественных характеристик; примеси, содержащиеся в реакционной массе, отделяются от полимера вместе с жидкой фазой. К недостаткам суспензионной полимеризации относят: необходимость дополнительных стадий, связанных с выделением, промывкой, сушкой и растворением полимера; сложность реализации процесса растворения полимера без образования гелевых частиц.

В промышленности используют как органические, так и неорганические растворители. Органические растворители:

- диметилсульфоксид (Toray, Cytec, Hyosung);
- диметилформамид (Toray-Zoltek, Formosa Plastics, EPG);

- диметилацетамид (Mitsubishi Rayon, SGL, Dow Akxa).
- Неорганические растворители:
- водный раствор роданистого натрия (Hexcel, Bluestar);
- раствор хлорида цинка (Toho Tenax).

Следует отметить, что, несмотря на возможность использования различных типов полимеризации и растворителей, что приводит к достаточно большому количеству комбинации, это в первую очередь сказывается на конкретных режимах работы оборудования, а не на принципиальной возможности получения качественных характеристик ПАН прекурсора. То есть используя любой тип полимеризации или растворителя, можно производить качественный ПАН пре-курсор, обеспечивающий получение высокопрочного УВ.

При формовании ПАН прекурсора могут быть использованы два технологических подхода: мокрое и сухо-мокрое формование. Мокрое формование получило наибольшее распространение при производстве ПАН прекурсоров для УВ, благодаря более простой реализации технологического процесса и возможности формования волокна различного номинала. Сухо-мокрое формование реализовано на небольшом количестве производств в виду сложности реализации данного технологического процесса. Однако, сухо-мокрое формование позволяет производить прекурсоры с операционными затратами ниже, чем у мокрого. УВ, произведенное из прекурсора полученного по сухо-мокрому способу, обладает более высокими прочностными характеристиками.

Производство ПАН-прекурсора ООО «Алабуга-Волокно» — это высокотехнологичный и современный завод по производству полиакрилонитрильного прекурсора, не имеющий аналогов в России. Находясь в Республике Татарстан, на территории Особой Экономической Зоны в Елабуге, имеет ряд преимуществ и конкурентных особенностей перед другими отечественными производителями.

«В этот проект все не очень верили, многие сомневались, считая, что в России невозможно построить с нуля

высокотехнологичное производство, тем более в такие сроки. Тем не менее это удалось сделать компании ЮМА-ТЕКС. Я уверен, что во многом успех проекта обусловлен расположением завода в ОЭЗ «Алабуга», — заметил генеральный директор госкорпорации «Росатом» Алексей Лихачев на открытии завода [4].

Транспортная доступность, широкие складские возможности, новейшее инновационное оборудование позволяют повысить уровень качества произведённого материала и оптимизировать логистические расчеты [5–10].

В работе приведена технологическая схема получения полиакрилонитрильного прекурсора

Процесс построен на базе отработанной технологии и ноу-хау компании Montefibre по производству акрилового волокна с соответствующими модификациями для получения волокна прекурсора с высокими характеристиками.

Технологический процесс получения ПАН включает следующие основные стадии:

- синтез полиакрилонитрила — это осуществляется в цехе полимеризации производства;
- получение прядильного раствора и подготовка его к формованию, формование, ориентационное вытягивание и отделка волокна — прядильно-отделочный цех.

Типовая производственная установка состоит из следующих технологических узлов:

- резервуарный парк;
- участок полимеризации и сушки;
- склад и транспортер для полимера;
- участок регенерации растворителя;
- приготовление прядильного раствора;
- участок формования и намотки.

Процесс производства прекурсора состоит из двух основных отдельных этапов:

- производство и хранение сухого полимера до производства волокна;
- производство, намотка и хранение бобин с прекурсором для производства углеродного волокна (рис. 5–7).

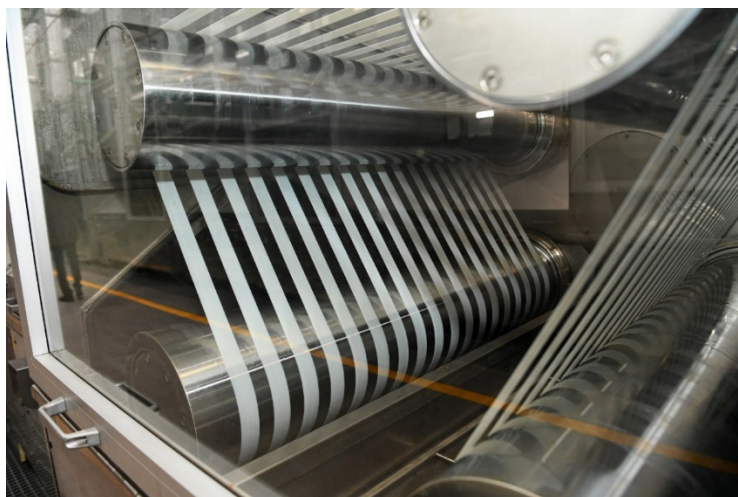


Рис. 5. Производство ПАН-прекурсора



Рис. 6. Намотка ПАН-прекурсора на бобины



Рис. 7. Хранение бобин с ПАН-прекурсором

Одна из отличительных особенностей процесса заключается в возможности периодического независимого запуска процесса полимеризации полимера и процесса формования из него волокна. Это достигается тем, что этапы полимеризации и формования проводятся на двух разных установках, в определенном смысле независимых друг от друга. Полимер производится в форме водной суспензии, затем высушивается и хранится в силосах в сухом виде вплоть до того момента, когда потребуется на этапе формования, на котором он растворяется при помощи растворителя — диметилацетамида. Проектная мощность производства составляет 5 000 тыс. тонн ПАН-прекурсора номиналом 1К — 48К.

«Потребительский спрос на углеродное волокно постоянно растет, а вместе с ним и уровень ожиданий к качеству материала. Очевидно, что стоять на месте нельзя. Необходимо постоянно повышать планку», — подчеркнул заместитель генерального директора — технический директор АО «Юматекс», Юрий Свистунов, на открытии завода по производству ПАН-прекурсора.

Для существенного увеличения объемов производства УВ и повышения его качества необходим комплекс

мероприятий, направленных на решение ключевых технологических задач. Основные усилия должны быть сосредоточены на повышении прочности УВ, снижении себестоимости их производства и повышении качества композитов на основе УВ.

Решением увеличения объемов производства УВ является разработка технологии производства ПАН-прекурсора для получения высокопрочных УВ методом мокрого формования, отработка «сухо-мокрого» способа получения ПАН, разработка технологий и оборудования для эффективной регенерации и утилизации отходов, тепловыделений и выбросов, образующихся при производстве УВ, разработка новых составов прекурсоров и переход на материалы большей линейной плотности, оптимизация структуры углепластика с целью повышения прочности, разработка технологий и создание производства современных типов связующих, в том числе с добавлением наночастиц.

Запуск крупнотоннажного производства ПАН-прекурсора на предприятии ООО «Алабуга-Волокно» позволит в значительной степени решить задачу, направленную на увеличение объемов производства УВ на территории Российской Федерации.

Литература:

1. Morgan, P. Carbon fibers and their composites / P. Morgan. — Boca Ration: Taylor&Francis, 2005. — 1153 p.

2. Столяров, О. Н., Ольшенский В. Я., Донцова А. Е., Ю. А. Демидова Углеродные волокна в строительстве мостов. Строительство уникальных зданий и сооружений. № 3. 2019. с. 36–49.
3. Электронный ресурс <http://www.kstu.ru/servlet/contentblob?id=203501> (дата обращения 25.05.2022)
4. <https://www.tatar-inform.ru/news/minnixanov-otkrytie-pan-zavoda-v-oez-alabuga-znacimoe-sobytie-dlya-vsei-rossii-5843989> (дата обращения 25.05.2022)
5. Пакшвер, А. Б., Геллер Б. Э. Химия и технология производства волокон нитрон. М.: Госхимиздат, 1960. 148 с.
6. Беркович, А. К., Сергеев В. Г., Медведев В. А., Малахо А. П. Синтез полимеров на основе акрилонитрила. Технология получения ПАН и углеродных волокон. М.: Изд-во МГУ, 2010. 63 с.
7. Волокна из синтетических полимеров / под ред. Р. М. Хилла. М.: Изд-во иностранной лит., 1957. 505 с.
8. Роскин, Е. С. Химические волокна. М.–Л.: Химия, 1966. 135 с.
9. Пакшвер, А. Б. Карбоцепные волокна. М.: Химия, 1966. 286 с.
10. Варшавский, В. Я. Углеродные волокна. М.: Химия, 2005. 496 с.

Государственное регулирование аграрного сектора экономики

Королева Мария Николаевна, студент магистратуры

Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина (г. Краснодар)

Рассмотрены методы, принципы и задачи государственного регулирования развития аграрного сектора экономики России. Обоснованы направления и направления регулирования агропромышленного комплекса Краснодарского края в условиях санкционного режима.

Ключевые слова: сельское хозяйство, государственное регулирование, экономические и административно — правовые методы регулирования, агропромышленный комплекс, принципы государственного регулирования.

Агропромышленный комплекс является важной составляющей экономики страны, с развитием которого связана деятельность почти трети отраслей народно-хозяйственного комплекса Российской Федерации, Государственное регулирование оказывает существенное влияние на сельское хозяйство и другие отрасли агропромышленного комплекса, особенно в сложившейся экономической и политической ситуации, во время многочисленных санкций стран ЕС и США на ключевые сектора российской экономики.

Вне зависимости от типа экономической системы страны невозможно полное саморегулирование сельского хозяйства, поэтому, государство регулирует экономические процессы с целью предотвращения и смягчения рисков и кризисных ситуаций.

К задачам государственного регулирования сельского хозяйства можно отнести стабильное развитие агропромышленного комплекса страны, обеспечение продовольственной безопасности Российской Федерации, защита и поддержка отечественных товаропроизводителей в сфере агропромышленного производства.

В России в основе государственного управления АПК лежит совокупность принципов саморегулирования рынка при активном участии государственных органов в протекающих экономических процессах [2].

Одним из принципов эффективности системы государственного регулирования экономики является создание равных условий для развития всех форм собственности.

Большое значение имеют такие принципы, как:

- принцип законности;
- принцип совмещения отраслевого и территориального развития;
- принцип взаимодействия и взаимосогласованной деятельности всех организаций агропромышленного комплекса;
- принцип достижения конечных результатов в сельскохозяйственном производстве.

Для выполнения, всех задач, которые поставлены перед аграрной сферой экономики, государство применяет различные методы: экономические и административно — правовые, прямого и косвенного регулирования агропромышленного комплекса страны.

К административно-правовым инструментам государственного регулирования относят законы, указы, постановления органов государственной власти и другие государственные нормативно — правовые акты, регулирующие экономическую и хозяйственную деятельность [3].

Сущность прямого регулирования заключается в воздействии на происходящие в экономике процессы непосредственно, путем использования административных рычагов, в частности, установления запретов и ограничений, бюджетного инвестирования [1].

Отличительной чертой данного является сила государственной власти, за невыполнение решений которой применяются санкции, а не мотивация и стимулирование. Данный метод позволяет государству быстро по-

лучить ответную реакцию в деятельности АПК, но вместе с тем, есть вероятность нарушения рыночного равновесия, складывающегося между взаимосвязанными субъектами рынка, когда косвенные методы не вмешиваются напрямую в принятие решения хозяйствующим субъектом, а лишь создают предпосылки для принятия желаемого решения.

К проявлению прямых методов регулирования можно отнести различные штрафы, субсидии, квоты, целевое финансирование, дотации, а также субвенции. Помимо этого, государство может формировать государственные заказы на продукцию или услуги. Например, Федеральная служба по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) выдает государственное задание подведомственной организации Федеральному государственному бюджетному Учреждению Краснодарской Межобластной ветеринарной лаборатории (ФГБУ «Краснодарская МВЛ»), чья основная цель деятельности — реализация единой государственной политики в области ветеринарии, карантина растений, семеноводства, агрохимии и плодородия почв, качества и безопасности зерна, комбикормов и компонентов для их производства.

К методам косвенного регулирования относится применение таких инструментов денежно-кредитной политики, как осуществляемое Центральным банком манипулирование ключевой ставкой, нормативами резервов, а также эмиссия и погашение государственных ценных бумаг. Косвенное регулирование может проявляться и через инструменты фискальной политики, в частности, в виде систем налогообложения и налоговых льгот. [1]

Важно отметить, что в условиях геополитической напряженности и условиях повышенных вызовов, правительство расширит методы и способы поддержки отечественных организаций АПК.

Литература:

1. Бугай, Ю. А. Анализ стратегий воздействия государства на развитие экономики [Текст] / Ю. А. Бугай, С. А. Кореннов // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. — 2016. — № 8 (142). — с. 174–177. — URL: <https://moluch.ru/archive/234/54426/> (дата обращения: 27.10.2022).
2. Бурлай, И. С. Методы государственного регулирования агропромышленного комплекса России / И. С. Бурлай. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 48 (234). — с. 385–388. — URL: <https://moluch.ru/archive/234/54426/> (дата обращения: 27.10.2022).
3. Курдюк, П. М. К93 Административно-правовое регулирование в агропромышленном комплексе: учеб. пособие / П. М. Курдюк, А. А. Долгополов, В. А. Очаковский. — Краснодар: КубГАУ, 2019. — 95 с

Новое постановление подразумевает увеличение до 100 % ключевой ставки ЦБ размера субсидирования кредитов, привлечённых российскими сельхозпроизводителями с 1 мая по 31 декабря 2022 года.

Данное решение говорит о решении льготного кредитования на приобретение сельхозтехники и оборудования, на реализацию инвестиционных проектов и т. д.

К механизмам государственного регулирования сельского хозяйства можно отнести такие меры поддержки агропромышленного комплекса как:

— расширение списка кормов для молочного крупного рогатого скота, на приобретении которых можно получить субсидию;

— отмена таможенной пошлины. Совет Евразийской экономической комиссии освободил до сентября 2022 года от уплаты таможенной пошлины на импорт продовольственные товары, сырье и ингредиенты для их производства;

— до 31 декабря 2022 года включительно действует упрощенный режим лицензирования для производителей агрохимикатов.

Можно констатировать, что государству принадлежит ключевая роль в регулировании и поддержке сельского хозяйства страны, поскольку от этого зависит эффективность функционирования других отраслей. Государственное регулирование призвано проводить адаптированную аграрную политику, которая будет ориентироваться на удовлетворение потребностей всех участников рынка. Российская Федерация выстроила курс поддержки отечественных организаций АПК, что способствует выходу отечественного производства на новый уровень и решению сложных задач, стоящих перед страной и ее регионами.

Влияние цифровизации на деятельность коммерческих банков

Маммедова Яныл Аннагелдиевна, старший преподаватель;
 Рахманов Сердар Рахманович, преподаватель;
 Дурдыев Мергендурды Аннадурдыевич, преподаватель
 Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

Целью статьи является изучение влияния цифровизации на трансформацию банковской системы с учетом современных тенденций инновационного развития. В статье анализируются влияние ключевых факторов на развитие цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровизация, банковская система, банковская деятельность, интернет-банкинг, мобильный банкинг.

В условиях трансформационных изменений цифровизация стала одной из важных составляющих механизма экономического роста. С быстрым развитием информационной среды расширение спектра цифровых услуг также подвержено трансформации банковского сектора. Стремительное расширение финансовых компаний и успешных стартапов требует от банковских учреждений идти в ногу со временем и внедрять новые банковские продукты и использовать инновационные методы, чтобы быть достойным конкурентом наравне с цифровыми финансовыми учреждениями, которые используют автоматизированные программные сервисы и предлагают гораздо более выгодные условия кредитования. Поэтому, учитывая тенденции цифровизации в финансовом секторе, цифровая трансформация должна стать неотъемлемой частью развития банков-

ского сектора с целью увеличения конкурентных преимуществ.

Процесс цифровой трансформации предполагает масштабное внедрение и распространение современных методов предоставления банковских услуг. Такие факторы как расширение охвата интернетом, уровень жизни населения, который требует постоянного совершенствования и инноваций банковских услуг, сыграли важную роль в ускорении развития цифрового банковского обслуживания. Поэтому, если до недавнего времени интернет-банкинг появлялся только в некоторых странах с высоким уровнем развития, то сегодня, имея доступ к мобильному телефону, большая часть взрослого населения способна совершать цифровые финансовые транзакции. Оценка влияния ключевых факторов на развитие цифровой экономики приведена в таблице 1.

Таблица 1. Оценка влияния ключевых факторов на развитие цифровой экономики

Фактор	Влияние
Цифровые финансы	Расширение спектра цифровых услуг в банковском секторе, электронные переводы, цифровая валюта, мобильные деньги, электронная торговля, онлайн-платежи в сфере торговли и т. д.
Социальные сети	Социальные сети стали базой для сбора и распространения информации, источником инновационных идей, платформой для влияния на социальные процессы и политическую жизнь.
Улучшение конкурентных позиций	Оценка уровня собственного конкурентного потенциала, выявление рисков влияния на конкурентные позиции организации способствует разработке и реализации стратегии существования и функционирования компании.
Цифровая идентификация	Использование единой системы электронной идентификации для обеспечения безопасности банковских операций, оплаты счетов за коммунальные услуги, доступа к социальным услугам и многого другого.
Информационная революция	Основное внимание уделяется взаимосвязи между инновациями, большим объемом данных и уровнем открытости. Анализ большого массива данных используется для улучшения транспортных потоков и процессов управления, оценки макроэкономических показателей.

Цифровые рейтинги, основанные на сочетании статистики и результатов опроса представителей бизнеса и власти, способствуют формированию стратегических приоритетов в период цифровой трансформации.

При определении цифровой конкурентоспособности в соответствии с Мировым рейтингом цифровой конкурентоспособности, разработанным Центром мировой конкурентоспособности, учитываются такие базовые

факторы, как знания, технологии, готовность к будущему.

Цифровизацию банка можно определить как систему мер, направленных на углубление сотрудничества с финтех-стартапами с целью достижения долгосрочных целей развития, связанных с внедрением инновационных методов работы, предложением новых банков-

ских продуктов и услуг для увеличения и расширения клиентской базы, а также повышением уровня конкурентоспособности банка. Банк в целом. В настоящее время необходимость использования достижений цифровых технологий в сфере банковского дела обусловлена рядом факторов, способствующих развитию банковской системы (рис. 1):

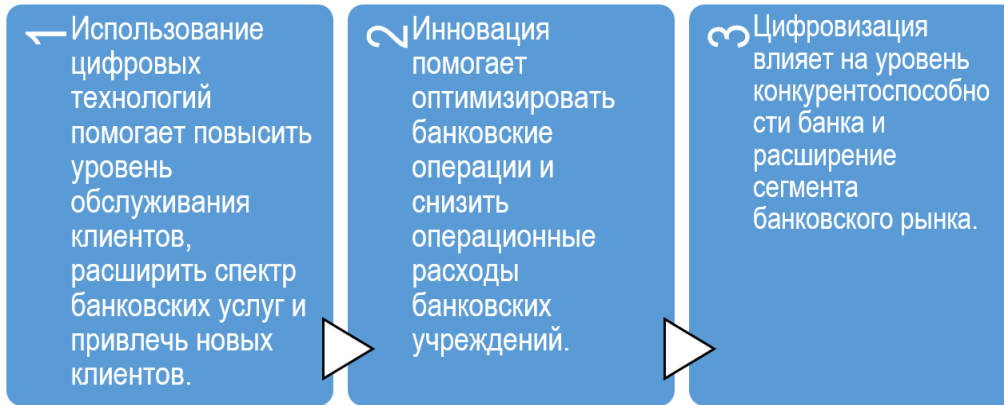


Рис. 1. Факторы, влияющие на развитие цифровизации банковского дела

Одним из факторов сокращения числа банков также является масштаб использования цифровых технологий, поскольку это напрямую влияет на уровень их конкурентоспособности и финансовой стабильности и определяет процесс оптимизации их численности. Современные

тенденции в финансовом секторе приводят к повышению интереса потребителей к использованию различных форм электронного банкинга. Направления внедрения технологий в сфере банковского дела приведены в таблице 2.

Таблица 2. Направления внедрения информационных технологий в сфере банковской деятельности

№	Этапы внедрения	Особенности разработки
1	Создание корпоративных компьютерных систем	Расширение масштабов электронного документооборота; Расчетно-клиринговая система; Расчетные межотраслевые сети
2	Продажи банковских и вспомогательных услуг в Интернете	Клиентский банк; Телебанк; Интернет-банкинг; Мобильный банкинг или WAP-сервис; Электронная коммерция; Интернет-трейдинг
3	Разработка и автоматизация внутренней системы банковского управления	Управление отношениями с клиентами с использованием технологических систем и эффективностью банковского учреждения; Планирование ресурсов банка; Ускорение получения управленческой информации

Современные трансформационные тенденции, цифровизация экономики, оказывают значительное влияние на ландшафт банковского сектора. Одним из драйверов распространения использования инновационных достижений в сфере банковского дела стала пандемия COVID 19, в частности, увеличилась доля онлайн-платежей и количество клиентов, которые стали пользователями мобильных приложений. Таким образом, использование

интернет-банкинга характеризуется рядом преимуществ, см. рис. 2.

В итоге, в условиях сегодняшней цифровой трансформации развитие банковской системы стало неотделимым от развития цифровых технологий для поддержания конкурентоспособности наряду с развитием финансовых экосистем. Современные цифровые технологии начали играть ключевую роль в трансформации банковской системы во многих странах мира.

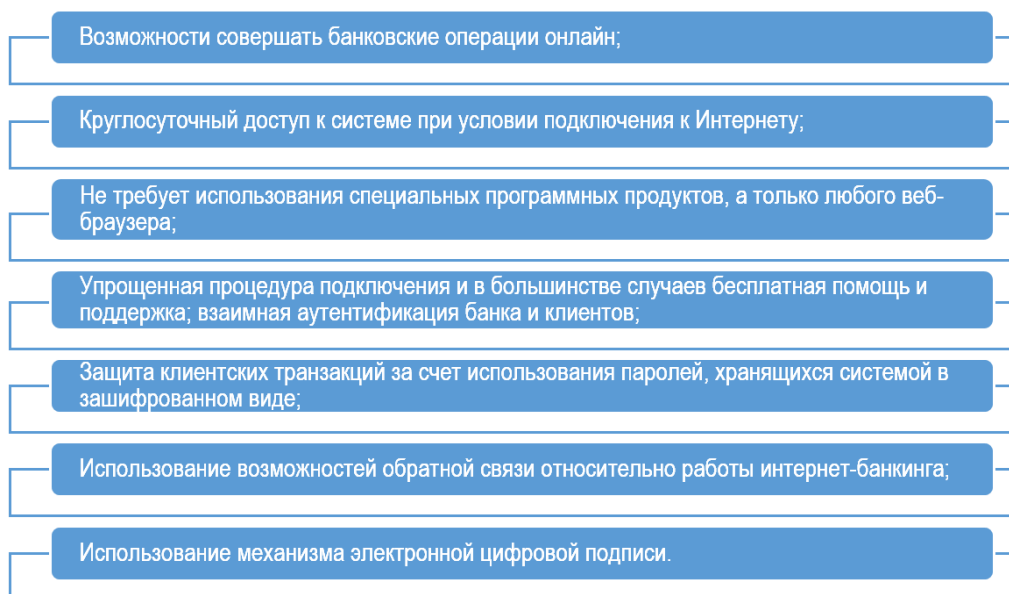


Рис. 2. Преимущества использования интернет-банкинга

Литература:

1. Гурбангулы Бердымухамедов. Государственное регулирование социально-экономического развития Туркменистана, Ашхабад: 2010;
2. Вивес, Х. Конкуренция и стабильность в банковской сфере: роль политики и регулирования в области конкуренции, 2016;
3. Карбо-Вальверде, С. Влияние цифровизации на банковскую и финансовую стабильность, 2017.

Экономическая безопасность предприятия: понятие и сущность

Минаев Александр Викторович, кандидат юридических наук, доцент;
 Аришонкова Кристина Олеговна, студент
 Калининградский филиал Московского финансово-юридического университета МФЮА

В статье рассматриваются понятие и сущность экономической безопасности Российской Федерации. Силовые структуры нашей страны надежно стоят на охране экономической безопасности России и экономического суверенитета от разрушающих воздействий внутренних и внешних угроз, и различного рода негативных рисков в области экономической безопасности России.

Ключевые слова: сущность, экономическая безопасность, России.

В настоящее время на первый план выходят проблемы обеспечения условий для устойчивого развития субъектов хозяйствования, а также эффективного функционирования.

Многие российские организации недооценивают важность этого вопроса, у них нет четкого понимания того, что вкладывается в концепцию и суть экономической безопасности. На практике деятельность службы экономической безопасности чаще всего понимается с позиции недружественных элементов, защиты конкурентов и пресупных сообществ.

В начале 90-х годов проблема безопасности впервые была поднята на законодательном уровне с принятием Закона Российской Федерации «О безопасности» от 05.03.1992 N 2446–1 в качестве объектов безопасности выделяется личность, общество с его духовными и материальными ценностями и государство [1].

На данный момент понятие национальная безопасность Российской Федерации — это состояние защиты национальных интересов Российской Федерации от внешних и внутренних угроз, обеспечение осуществления конституционных прав и свобод граждан, достойное ка-

чество и уровень жизни, гражданский мир и согласие в стране, защита суверенитета Российской Федерации, ее независимости и государственной целостности, социально-экономическое развитие страны [2].

«Экономическая безопасность» такова, что под этой категорией следует понимать состояние безопасности любого объекта в экономической сфере. Толковый словарь Ожегова определяет безопасность как «государство, в котором опасности не угрожает, защита от опасности». Само понятие «экономическая безопасность» имеет очень широкое значение, поскольку его составляющие содержат одновременно два аспекта: экономику и безопасность. По этой причине под экономической безопасностью объекта должно пониматься такое состояние, которое обеспечивает его защиту от опасности в экономической сфере, или, другими словами, устойчивость к внешним и внутренним факторам. Вопросы безопасности охватывают широкий круг мероприятий общества, направленных на защиту различных областей, представляющих интерес, от личной безопасности до международной безопасности. В общем подходе безопасность — это отсутствие опасности; предотвращение, смягчение, нейтрализация негативных и разрушительных воздействий, наносящих ущерб суще-

ствованию, благополучию, нормальному функционированию людей, социальных объектов, а также поддержка их жизнедеятельности на уровне не ниже критически приемлемых значений.

Дискуссии о сущности экономической безопасности организаций идут по трем направлениям [3]:

1. А. Козаченко, С. Лекарев, А. Ляшенко, В. Пономарев, А. Судоплатов фокусируют внимание на экономической безопасности без ссылок на какие-либо угрозы.

2. Авторы О. Грунин, А. Кашин, С. Маламедов, Е. Олейников, В. Романюк, В. Шлыков увязывают понятие экономической безопасности хозяйствующего субъекта с рядом факторов, угрожающих его функционированию.

3. Е. Олейников предложил ресурсно-функциональный подход к определению экономической безопасности, где внимание акцентируется на комплексности процесса обеспечения экономической безопасности и вовлечении в него всех возможностей организации.

Функциональные составляющие экономической безопасности — это совокупность основных направлений его экономической безопасности, существенно отличающихся друг от друга. Проиллюстрируем данные этого термина на рисунке 1.

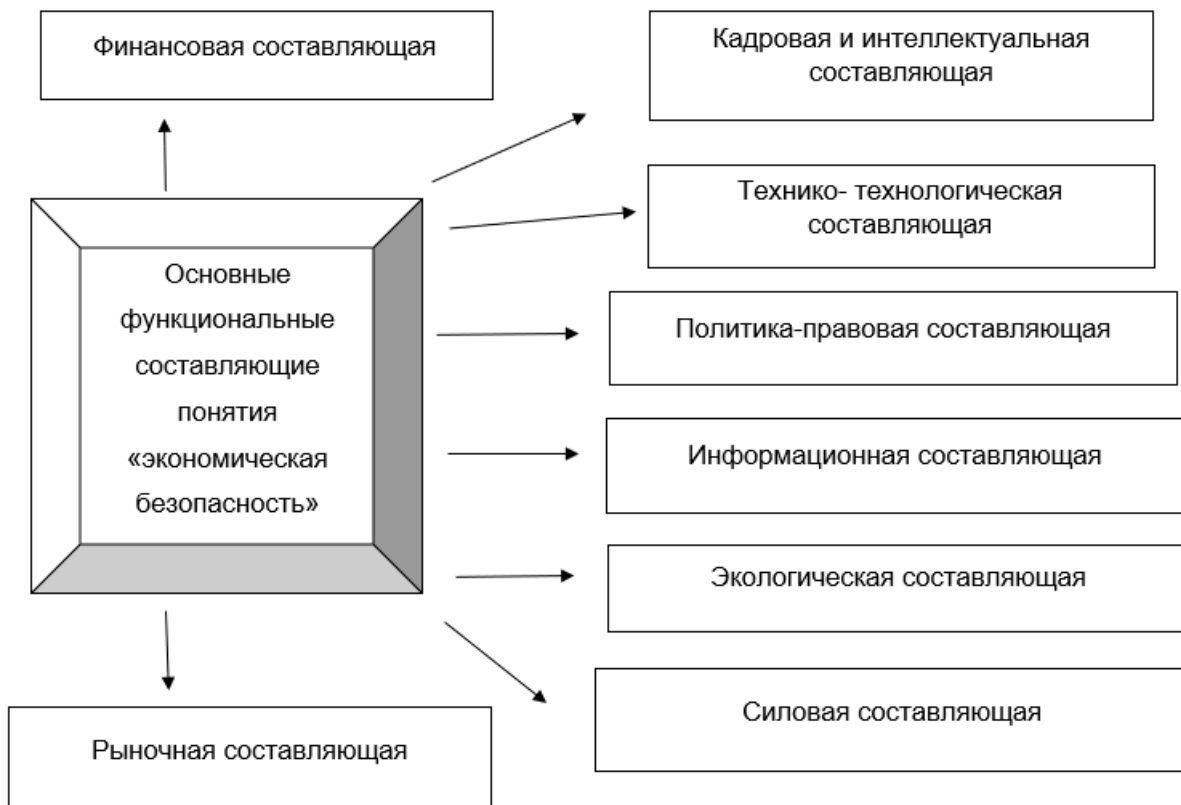


Рис. 1. Основные функциональные составляющие понятия «экономическая безопасность» [4]

Как видно из этой классификации, компоненты этих систем безопасности во многом пересекаются, и при более точном анализе можно даже сделать вывод, что все компоненты безопасности экономической деятельности включены в систему экономической безопасности.

Внутренние опасности и угрозы экономической безопасности бизнеса возникают непосредственно в сфере экономической деятельности организации. Таким образом, основными угрозами являются [5]:

— физическая безопасность включает в себя: безопасность предприятия как имущественного комплекса, сохранность материальных ценностей; повреждения помещений, конструкций; экологическая, противопожарная угроза;

— угрозы для системы управления включают: недостаточный уровень дисциплины; очевидные упущения как в тактическом, так и в стратегическом планировании, связанные в первую очередь с выбором целей, неправильной оценкой возможностей предприятия; отбор надежных инвесторов и партнеров;

— угроза коммерческой тайны, а также утечка информации;

— угрозы, связанные с персоналом: противоправные действия сотрудников персонала; отток квалифицированных кадров, их низкая компетентность; утечка или потеря информационных ресурсов за пределами предприятия.

Как видно из приведенного перечня, многие угрозы перекликаются друг с другом, а также переплетаются. Это приводит к определенным затруднениям в их идентификации при построении систем экономической безопасности, а также выделение объектов и субъектов экономической безопасности.

Литература:

1. Минаев, А. В. Государственная безопасность и стратегическое планирование в Российской Федерации / А. В. Минаев // Вестник Тувинского государственного университета. № 1 Социальные и гуманитарные науки. — 2014. — № 1(20).
2. Указ Президента РФ от 02 июля 2021 г. N 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2025 года»
3. Безуглая, Н. С. Экономическая безопасность предприятия / Н. С. Безуглая // Российское предпринимательство. — 2010.
4. Экономическая безопасность: учебник для вузов / Л. П. Гончаренко [и др.]; под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022.
5. Безуглая, Н. С. Экономическая безопасность предприятия / Н. С. Безуглая // Российское предпринимательство. — 2010.

Управленческая деятельность и личные компетенции молодого руководителя дошкольной образовательной организации

Нуриева Анна Игоревна, студент магистратуры
Ярославский государственный педагогический университет имени К. Д. Ушинского

В данной статье мы провели исследование современной управленческой деятельности в дошкольном учреждении. Было проведено исследование термина управления, отмечены его ключевые инструменты в рамках образовательной организации. Так же были отмечены основные действия руководителя в рамках менеджмента: управление организацией в целом, коллективом и самообразования.

В рамках статьи определили личные компетенции, которыми должен быть наделен современный руководитель дошкольной образовательной организации.

Ключевые слова: управление дошкольной образовательной организацией, руководитель образовательной организации, руководитель дошкольного учреждения, молодой руководитель ДОО, менеджмент организации, компетенции, личные компетенции руководителя ДОО, компетенции молодого управленца.

Management activities and personal competencies of a young head of a preschool educational organization

In this article, the author conducted a study of modern management activities in the DOE. A study of the management term was conducted, its key tools within the educational organization were noted. The main actions of the head within the framework of management were also noted: the management of the organization as a whole, the team and self-education.

Within the framework of the article, the author defined the personal competencies that a modern head of a pre-school should be endowed with.

Keywords: pre-school management, head of an educational organization, head of a pre-school, young head of a pre-school, organization management, competencies, personal competencies of the head of a pre-school, competencies of a young manager.

Наука, изучающая управление, разрабатывающая новые методики, появилась вместе с первыми организованными группами людей. Они, как правило, образовывались с целью решения каких-либо задач. Как любое научное учение она развивается и проходит процессы совершенствования. Сегодня, в учебной и научной литературе, можно встретить множество вариантов определения термина «управление».

Длительное время управление определяли как процесс не прерывающийся и имеющий строгую направленность в отношении общины людей (коллектива) или организации в целом. Основная цель данного процесса, достижение наивысших результатов в своей деятельности, при наименьших затратах.

Таблица 1. Анализ трактовки термина «управление» у различных авторов

Автор	Определение
А.В. Тихонов	Специальная деятельность, направленная на упорядочение отношений между людьми в процессе их совместной работы и достижения целей.
В.Ю. Крачевский	Деятельность по согласованию сложных иерархических отношений между управляющим и управляемыми.
А.А. Абрамцов	Функция организационных систем, обеспечивающая сохранение определенной структуры, сохранение и поддержание режима деятельности, реализации программы, целей деятельности.
В.А. Абчук	Воздействие руководителя на свой объект, направленное на достижение цели.
Н.В. Гаретовский	Совокупность мероприятий некой организации, связанных с осуществлением какой-либо деятельности.

В современной науке термин управления часто заменяют на слово «менеджмент». Рассматривая качества молодого руководителя дошкольной образовательной организации и его управленческие навыки, в данной статье будет исследован процесс менеджмента образовательной организации.

Научный подход к менеджменту несет в себе три разных инструмента управления, которые имеют различную направленность. Рассмотрим более подробно данные инструменты.

Первый из них — управление в организации, который опирается на иерархичную структуру, с четко выстроенной градацией. Основное управление в данном случае базируется на строгом подчинении, а все воздействия на коллектив осуществляются со стороны руководителя.

Второй инструмент менеджмента образовательной организации — организационная культура управления. Ее выстраивают на ценностях компании, но при этом, она

не должна противопоставлять себя общепринятым ценностям морали общества в целом.

Третий инструмент управления — это отношения внутри организации, которые выстраиваются в контексте рыночной экономике. В рамках образовательной организации они имеют в своей основе предоставление услуг, а получатель и их и предоставляющий коллектив стоят на равных [Горковенко, 2010].

Как и в любой другой организации, в дошкольном образовательном учреждении, управляющий (руководитель) является основным гарантом продуктивной работы и результативности воспитательно-образовательной деятельности. Так же, эффективность функционирования организации и качество управления обеспечивает контроль, опирающийся на государственные требования. Это является залогом мотивации руководителя к самообразованию и повышению профессиональных навыков.

Сегодня, ввиду масштабных изменений в экономической, социальной, политической жизни страны, которые отражаются на образовательной деятельности, особую роль в управлении учреждением играет локальный менеджмент. Не только качество образования, социальный статус, но и функционирование организации в целом зависят от профессиональных навыков и умений руководителя, его способностей максимально быстро ориентироваться в изменениях и принимать решения, сближать коллектив и давать им направление на развитие и социальный рост [Лапшова, 2013].

Эффективность менеджмента дошкольного образовательного учреждения, имеет прямую зависимость от возможности управленца осознавать себя и свои личные цели, верно расставлять приоритеты в использовании времени

и усилий. Иными словами руководитель ДОО должен создавать собственные управленческие концепции развития, обновляя их по мере развития научного знания.

Выбирая различные пути совершенствования педагогического процесса и менеджмента, руководитель дошкольной образовательной организации обязан брать во внимание современные тенденции социальных преобразований в обществе, так же запросы на обучение и воспитание родителей, интересы воспитанников и, как существующие, так и потенциальные профессиональные возможности педагогов. Культура управления, вот важный аспект деятельности руководителя образовательного учреждения, которым необходимо овладеть в совершенстве не только в теории, но и меть навыки внедрения его в ежедневной практической деятельности.

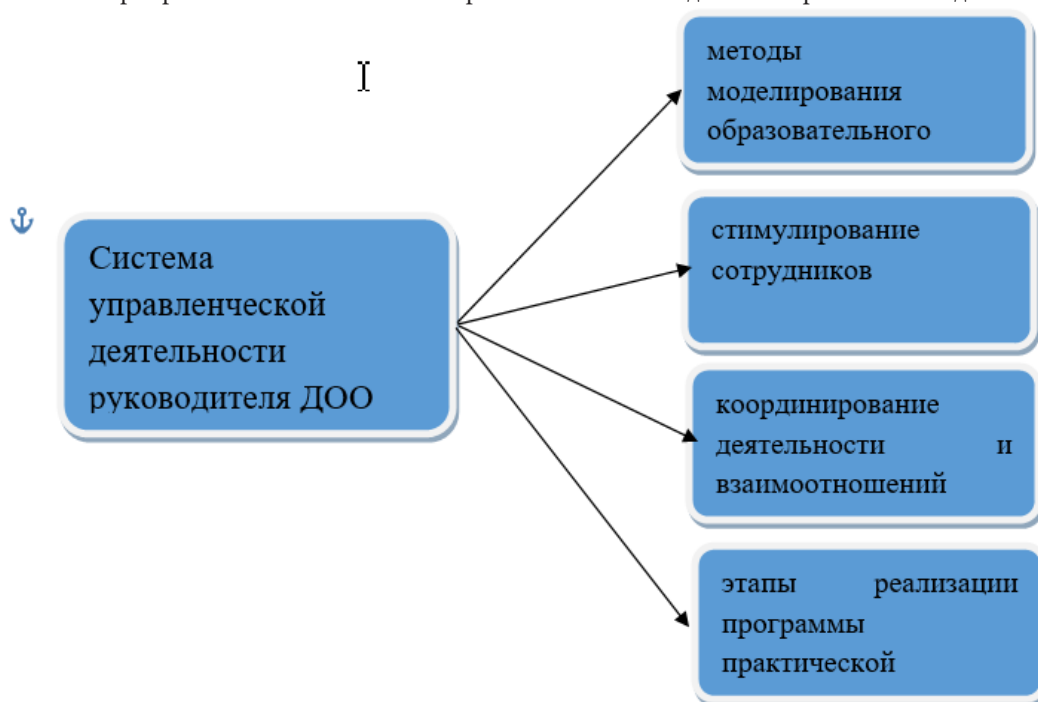


Рис. 1. Система управленческой деятельности в программе практической деятельности руководителя ДОО

Молодой руководитель ДОО должен понимать, что в современном учреждении характер управления кардинально отличается от прошлых понятий, он так же несет новые формы взаимодействия и внутрь коллектива. При успешном взаимодействии руководителя и педагогов, будет достигнут результат, при котором сотрудники развивают способность самоуправления своей деятельностью. Такая стратегия, где руководитель может передать ряд своих полномочий и ответственность за результат подчиненным, дает возможность реализовать главную задачу управляющего в учреждении, которое постоянно развивается и модернизируется — стать стимулирующим началом в творческом процессе решения задач деятельности ДООУ [Дедюкина, 2018].

Занимаясь воплощением программы своей практической и управленческой деятельности, управленец ДОО должен составить четкий и структурированный план реализации.

Рассматривая особенности управленческой деятельности в ДОО, подробно разберем суть плана, которая заключена в реализации определенных задач.

1. Проектирование и составление планов для всего учреждения. Отметим, что от их грамотности, доступности к пониманию, зависит эффективность работы организации и качество образовательных услуг.
2. Контроль выполнения вышеописанного плана (обеспечение работы учреждения в установленном порядке).
3. Управление отношениями с вышестоящей организацией, с целью регулирования процесса финансирования.
4. Создание и поддержание коллектива из высококвалифицированных кадров; контроль прохождения регулярных курсов по переподготовке и повышению квалификации; создание в организации благоприятного микроклимата.

Так же рассмотрим основные функции руководителя ДОО. К ним относятся управление учреждением, в строгом соответствии с Уставом и законодательной и нормативно-правовой базой РФ.

Руководитель также является гарантом работы образовательной системы и функционирования административно-хозяйственной работы учреждения.

Он также определяет стратегию, выделяет цели и задачи развития организации. Занимается разработкой и принятием решений о программном планировании. Работа руководителя осуществляется в связке с другими участниками образовательной системы (рис. 2).



Рис. 2. Взаимодействие руководителя ДОО в процессе управленческой деятельности с другими участниками процесса

Руководитель является гарантом работы образовательной системы и функционирования административно-хозяйственной работы учреждения. Он также определяет стратегию, выделяет цели и задачи развития организации. Занимается разработкой и принятием решений о программном планировании.

Отдельно стоит выделить такую «специфичную» функцию руководителя, которая отличает управленца ДОО от других представителей не образовательных организаций, как контроль:

- реализации образовательных программ;
- качества образования на всех этапах обучения;
- соблюдения прав и свобод педагогического состава и обучающихся в соответствии с Конституцией РФ;
- соблюдения в организации иных нормативно-законодательных актов, направленных на образовательную деятельность и защиту детства.

Отдельно рассмотрим профессионально значимые качества, которыми должен обладать руководитель ДОО.

Управляющий ДОО — это человек, который заключает в себе множество различных качеств и навыков в сфере коммуникации и образования, благодаря которым он сможет построить путь на повышение качества образования, что является основополагающей задачей современного дошкольного учреждения.

Владение и применение новых технологий необходимо для развития инновационной деятельности, которая включает в себя различные маркетинговые исследования, переподготовку специалистов, финансовую деятельность. Руководитель обязан иметь представление о данных процессах и умело владеть всеми представленными категориями, когда он лично ощутит важность и значимость применения и внедрения новых технологий в образование, тогда это немедленно станет одним из главных критериев к модернизации отношения в освоении подобных навыков иными кадрами данного учреждения.

Перед заведующим дошкольного образовательного учреждения стоит очень важная задача, которая сопровождает его на протяжении всего карьерного пути — организация определенного уровня образования. Эффективный и грамотный руководитель ставит актуальные задачи, которые завтра будут очень значимыми. Организатор обязан уметь прогнозировать и уметь находить различные пути решения даже в чрезвычайных и неподвижных обстоятельствах [Волобуева, 2011].

Основной фигурой в модернизации дошкольного образования является его руководитель. От его профессиональных навыков зависит очень многое: выпуск детей, их приспособленность к образовательной среде, дальнейшее

обучение в образовательных организациях, как в среднем, так и высшем учебном заведении [Зубарева, 2018].

Современный руководитель обязан включать в работу не только свои профессиональные навыки, но и других специалистов и людей, которые будут способствовать развитию обучающихся. Заведующий обязан включать в данный круг следующих лиц: воспитанники, родители, специалисты, воспитатели. На плечах руководителя лежит задача обеспечения слаженной работы между всеми участниками процесса. Он обязан организовывать комфортные условия для реализации главной, общей задачи.

Помимо всех перечисленных навыков, мы должны отметить еще несколько, которые обязательны для заведующего: юридические, организационные, психологические, творческие. В лице управляющего должна проявляться забота к педагогическому составу, он должен всячески способствовать повышению его профессиональных качеств. Самое главное, он должен общаться со всеми своими подчиненными, тем самым обеспечивая крепкую связь, которая в дальнейшем позитивно скажется на работе учреждения.

Сегодня, молодой руководитель ДОО, с целью успешного выполнения им своим должностных обязанностей, должен обладать рядом качества, таких как:

- широкий кругозор, которые затрагивает не только профессиональные сферы;
- высокий уровень интеллекта;
- эрудированность;
- начитанность;
- стремление к совершенству;
- возможность производить переоценку событий;
- лояльность к окружающим его коллегам, но в то же время строгий и гибкий контроль выполнения профессиональных обязанностей;
- высокие коммуникативные навыки.

Литература:

1. Горбунова, Н. В. Готовность будущих руководителей ДОО к профессиональной карьере как психолого-педагогическая проблема / Н. В. Горбунова, Л. И. Кириак // Теория и практика современной науки. — 2016. — № 5(11). — с. 252–256.
2. Горковенко Екатерина Вячеславовна Инструменты управления развитием как ключевой элемент системы организационного менеджмента // Известия СПбГЭУ. 2010. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-upravleniya-razvitiem-kak-klyuchevoy-element-sistemy-organizatsionnogo-menedzhmenta> (дата обращения: 21.11.2021).
3. Дедюкина Марфа Ивановна, Замятина Раиса Васильевна Критерии управленческой деятельности дошкольной образовательной организации // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 61–1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-upravlencheskoy-deyatelnosti-doshkolnoy-obrazovatelnoy-organizatsii> (дата обращения: 21.11.2021).
4. Лапшова Евгения Васильевна Профессиональная адаптация молодых специалистов дошкольного учреждения как источник новообразований и предмет управления // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2013. № 2. URL: (дата обращения: 21.11.2021).
5. Макарова, Л. В. Развитие профессиональной компетентности руководителя в управлении ДОУ // Практика управления ДОУ, 2011. № 2. 122 с.
6. Новые подходы к управленческой деятельности в дошкольном образовательном учреждении: Метод. рекомендации / Л. М. Денякина. — М.: Новая шк., 1997. — 23, [25] с.; 21 см.; ISBN 5–7301–0123–6: Б. ц.

Личные качества руководителя — это стандарты, на которые многие должны ровняться и стараться соответствовать.

Исходя из результатов исследования, можно сделать вывод, что процесс модернизации, затрагивающий все сферы образования, отражается и на личности руководителя образовательного учреждения. Все больше заметно тяготение общества к принятию снижения возраста начальника. Это ставит перед молодым управленцем ряд задач, решение которых должно стать центральным в становлении своей успешной личности в качестве руководителя.

Обобщая вышесказанное, стоит отметить, что фундаментом личности руководителя дошкольного учреждения должна стать собственная управленческая концепция, базирующаяся на культуре управления и разработанная с учетом индивидуальных особенностей подчиненных, а также целей и направленности организации. Необходимо включать в данную концепцию план работы с воспитанниками, их родителями и специалистами. Особое место стоит отводить работе с педагогическим составом как в отдельности с каждым, так и с коллективом в целом. Соблюдение данных условий позволит молодому руководителю выстроить свою деятельность наиболее эффективно.

Цель дошкольного образования, направленность учреждения на выполнение социального заказа ориентируют руководителя иметь не только высокую управленческую компетенцию, но и набор определенных личных качеств.

Таким образом, только гармоничное сочетание общих и профессиональных компетенций молодого руководителя дошкольной образовательной организации обеспечит реализацию мотивирующих, контролирующих, организаторских, прогнозирующих функций, которые и лежат в основе его деятельности.

7. Пастюк, О. В. Использование кадрового менеджмента при внедрении ФГОС дошкольного образования / О. В. Пастюк // Национальная Ассоциация Ученых. — 2015. — № 7–1(12). — с. 60–63.
8. Пахомкина, Н. Н. Роль командной работы сотрудников ДОУ как условие достижения эффективности воспитательно-образовательного процесса // Сборник материалов Ежегодной международной научно-практической конференции «Воспитание и обучение детей младшего возраста». 2014. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-komandnoy-raboty-sotrudnikov-dou-kak-uslovie-dostizheniya-effektivnosti-vospitatelno-obrazovatelno-go-protssesa> (дата обращения: 21.11.2021).
9. Повайба, С. А. Эмоциональный интеллект как фактор успешного построения карьеры руководителя ДОО / С. А. Повайба, Д. В. Тупикина // Студент и наука (гуманитарный цикл) — 2021: материалы международной студенческой научно-практической конференции, Магнитогорск, 16–19 марта 2021 года. — Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, 2021. — с. 437–444.
10. Практика управления в современном дошкольном образовательном учреждении: Учебное пособие / С. Г. Добротворская. — Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2018. — 7 с.
11. Сухова Ольга Викторовна Модель профессиональной компетентности современного руководителя дошкольной образовательной организации // КПЖ. 2016. № 1 (114). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-professionalnoy-kompetentnosti-sovremennogo-rukovoditelya-doshkolnoy-obrazovatelnoy-organizatsii> (дата обращения: 21.11.2021).
12. Управленческая компетентность руководителей ОУ. [Аналитический обзор] [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.akipkro.ru/2009-08-20-00-15-52/139-2009-08-20-00-04-21/1014-bibkioteka.html>
13. Юдина, О. В. Система управления построением карьеры молодых педагогов в дошкольной образовательной организации / О. В. Юдина. — Текст: непосредственный // Молодой учёный. — 2016. — № 21 (125). — с. 957–962. — URL: <https://moluch.ru/archive/125/34689/> (дата обращения: 21.11.2021).

Важность цифровизации страхования рисков

Нурмедов Палван Ашыргелдиевич, старший преподаватель
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

В настоящее время цифровая революция является одним из важнейших факторов, определяющих экономическое развитие. Проникновение Интернета и динамично меняющаяся бизнес-среда ставят консервативный страховой сектор перед возможностями и вызовами, вытекающими из необходимости адаптации к цифровой экономике.

Ключевые слова: цифровая трансформация, технология, страхование, цифровая экономика, InsurTech.

Страхование является одним из наиболее конкурентоспособных видов бизнеса. Технология является ключом к развитию страхового сектора и его общему росту. Это не только повышает ценность отрасли, но и в некоторой степени определяет ее будущее в соответствии с меняющимся временем и его требованиями. Изобретения и технологии оказывают влияние на принятие решений об андеррайтинге и помогают оптимизировать бизнес-процессы. Использование мобильных устройств, Интернета, GPS и других технических приложений сыграло важную роль во многих отношениях. Это помогло компаниям не только проводить маркетинговые исследования, проникновение на рынок, продвижение бизнеса и развитие рынка, но и обеспечивать послепродажное обслуживание, понимая удовлетворенность клиентов.

Инновации, внедрение и имплементация новых технологий являются важными движущими силами изменений в финансовом секторе. Такое внедрение новых технологий приведет к повышению эффективности, хотя первоначально эти изменения могут вызвать неко-

торую неопределенность и сомнения. Это нововведение было инициировано для разработки новых технологий, и это явление было описано как FinTech. Финансовые услуги, которые имеют дело с нематериальными продуктами, чтобы технологические инновации снижали транзакционные издержки и ускоряли предоставление услуг. Распространение технологий, таких как недавнее распространение подключений к Интернету, домашних компьютеров и мобильных устройств, а также разработка приложений усилили влияние технологии на страховой сектор. Новая технология приведет к новому способу предоставления услуг, а также к более широким возможностям сбора данных.

Страхование имеет много возможностей для использования технологий в типичных областях, таких как телематика, Internet of Things (IoT), прогнозная аналитика и новые бизнес-модели, такие как оплата по мере необходимости (услуги по требованию).

Успешные страховые компании используют источники данных, чтобы быть конкурентоспособными в своей от-

расли. Эти компании централизованно управляют своими критически важными для бизнеса данными с помощью платформы, которую они создали сами, или используя сторонних поставщиков или сотрудничая с ними. Поскольку страховые компании используют эти платформы, они используют эти платформы для получения аналитических данных из сложных, неструктурированных и неиспользуемых источников данных для учета претензий, включая заметки и дневниковые записи, расшифровки, фотографии, медицинские счета, датчики, события геолокации, погодные явления и социальные сети. С помощью платформ эти страховые компании могут генерировать полезную информацию, необходимую для выявления мошенничества, предотвращения утечки ущерба и выявления возможностей для передачи или перекрестной продажи дополнительных продуктов. В сочетании с возможностями потоковой передачи данных в реальном времени, предоставляемыми этими платформами, самые передовые страховые компании хотят быть на первом месте благодаря динамическим профилям клиентов и прогностической аналитике. Страховой сектор основан на оценке рисков и вознаграждений, и сегодня многие страховые компании делают это с помощью прогностической аналитики. Прогностическая аналитика получает большие объемы данных, которые собираются страховщиками и используются для точного расчета риска. Однако хорошие данные — это одно. Знание того, как максимизировать доступность, — это нечто совершенно иное. Надлежащая степень стандартизации и возможность использования готового продукта для снижения общей стоимости владения очень важны для страховщиков. В результате за последние пять лет многие компании приобрели современные системы «правил и инструментов». Большинство страховых компаний пытаются распространить эти инструменты на всю компанию, чтобы увеличить свои инвестиции.

Многие страховые корпорации допустили ошибку, ориентируясь на цифровые услуги в рамках точечного подхода «точечное решение» по мере того, как новые технологии или новые требования / ожидания клиентов накладываются на существующую инфраструктуру — накладываясь, а не применяя подход, рассчитанный на будущее. Сделать выбор в пользу перехода на цифровую инфраструктуру — непростая задача, и необходимо тщательно рассмотреть все проблемы в рамках сквозной схемы.

Цифровая трансформация в страховой отрасли требует инновационной модели коммерческого предприятия, ориентированной на потребности клиентов, расширение ассортимента сопутствующих товаров и услуг, новые технологии и данные в режиме реального времени. Кроме того, клиенты все больше полагаются на связь со страховщиком практически в режиме реального времени для подачи заявлений и претензий и, в частности, для обслуживания клиентов. *Важность цифровой трансформации индустрии страховых планов может быть:*

— Зависимость страховой компании от цифровых транзакций завершена, за исключением необходимости использования бумаги при подаче документов или количестве претензий. Контракты также могут быть скреплены цифровыми подписями. Это известно как призыв к международным корпорациям создать правовую базу для электронной коммерции и подписывать и оплачивать в электронном виде.

— По мере развития технологий, направленных на предоставление клиентам более качественных и быстрых услуг, логично ожидать, что число мошенников или мошеннических претензий, которые не обнаруживаются с помощью обработки претензий, также будет увеличиваться. Но наука дополнительно помогает в этой области, как правило, за исключением усугубления поездки патрона.

— Увеличение цен на количество премий или инвестиций в страховой сектор, а также улучшение законодательной базы в этом секторе приводит к увеличению объема производства по всей стране.

— Хотя нынешняя волна инвестиций в новейшие технологии была направлена сначала на улучшение клиентского опыта и снижение затрат, сейчас она переходит к новым бизнес-моделям. Растущее использование датчиков, искусственного интеллекта и машинного обучения в сочетании повлияло на практику прогнозирования потерь и компенсации, подтолкнув их к более активному выявлению рисков, вмешательству и предотвращению. Шансы уже часто проявляются в мониторинге состояния здоровья и оповещениях с носимых устройств, которые сейчас встраиваются в систему медицинского страхования. Другие примеры включают использование технологии IoT для уменьшения имущественных претензий и контроля риска повреждения урожая, используя интегрированные данные в режиме реального времени от наземных датчиков, воздушного наблюдения и спутниковых снимков. Беспроигрышный вариант — это наилучшие результаты для страхователей и снижение рисков и претензий для страховщиков.

Страховая инфраструктура создана в развитых экономиках, что может быть палкой о двух концах. Компании изо всех сил пытаются модернизировать сложные устаревшие системы и разрабатывать новые способы работы, не жертвуя старыми подходами, которые привели их туда, где они находятся сегодня. В этой области новые игроки и корпорации в развивающихся странах находятся в плюсе — они готовы развивать инфраструктуру, ориентированную на цифровые технологии, которая с самого начала включает новейшие технологии, не заботясь о том, чтобы старые аналоговые способы работы функционировали в новом мире. Это зависит от признанных страховщиков, которые сильно бьют, чтобы убедиться, что они не останутся позади. Неудивительно, что появилась важная область для совершенствования — развитие человеческого интеллектуального капитала.

В результате эпоха цифровизации побудила различные предприятия, в том числе страховые, развивать свой бизнес в направлении оцифровки бизнес-процессов. Об этом свидетельствует появление различных видов страховых технологий. Они могут использоваться на про-

тяжении всего жизненного цикла страховых продуктов, включая подготовку к заключению контракта, разработку продукта, постконтрактные операции, операции бэк-офиса и контроль рисков. Цифровизация технологий стала движущей силой развития страхового бизнеса.

Литература:

1. Гурбангулы Бердымухамедов «Туркменистан на пути достижения Целей устойчивого развития», Ашхабад 2018г;
2. Александра Саттон. Тенденции страховых технологий, которые формируют 2020 год. — 2020;
3. Остагар, А. М. Влияние технологий и инноваций в страховом секторе. Международный журнал менеджмента, информационных технологий и инжиниринга. — 2018;
4. Адамчук, Н. Г. Новые аспекты развития страховой отрасли под влиянием InsurTech. Страховое право. — 2017. № 4.

Повышение экономической эффективности производства основных видов сельскохозяйственной продукции (на примере Пермского края)

Плотникова Татьяна Сергеевна, студент

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

В статье проведен анализ развития сельского хозяйства на примере Пермского края за период пяти лет. Было выявлено, что в динамике объем производства сельского хозяйства в целом растет. Удельный вес сельского хозяйства в ВРП составляет не более 4 %. Ведущей отраслью сельского хозяйства края является животноводство.

В разрезе производимой продукции снижается валовый сбор зерна, овощей, отмечается рост сбора картофеля. Производство скота на убой также снижается, что обусловлено ростом санкций, снижением потребления говядины.

Несмотря на влияние различных факторов, ведение сельского хозяйства в Пермском крае имеет перспективы. Были даны рекомендации с целью нивелирования выявленных в ходе анализа отрасли проблем и факторов.

Ключевые слова: сельское хозяйство, Пермский край, животноводство, растениеводство, экономическая эффективность производства.

Сельское хозяйство является составляющей агропромышленного комплекса и приставляет большое значение для региональной экономики, как крупнейшая народнохозяйственная отрасль, удовлетворяющая потребности населения в качественных продуктах питания. Также отрасль сельского хозяйства является крупнейшим потребителем промышленных товаров и услуг: потребление основных средств (техника, оборудование), сырья, энергоресурсов, топлива, минеральных удобрений и пр.

Отрасль сельского хозяйства Пермского края не является лидирующей в структуре валового регионального продукта (ВРП), а занимает в среднем всего 4 % от ВРП. Однако для региона сельское хозяйство является одной из ключевых и наиболее важных отраслей производственного комплекса и составляет актуальность исследования в современных условиях с целью реализации национальных интересов страны в аспекте импортозамещения.

Проблема исследования состоит в том, что край относится к зоне рискованного земледелия и низкого потенциального плодородия почв. Тем не менее, климат и почвенные характеристики позволяют выращивать раз-

личные сорта картофеля, зерновых, овощей, а также содержать животноводческий комплекс.

Объем производства сельскохозяйственной продукции в Пермском крае в 2021 г. составил 55315 млн. руб., что на 33,1 % выше относительно периода 2017 г. (таблица 1). Наиболее высокие темпы прироста отрасли отмечаются в 2020–2021 гг. Во многом это связано с реализацией государственной программы комплексного развития сельских территорий [1].

Сельское хозяйство представлено преимущественно животноводством в размере 36391,1 млн. руб. в 2021 г. (+27,09 % к 2017 г.). Это лидирующая отрасль, на его долю приходится до 67 % в среднем за анализируемые периоды. Темпы прироста производства продукции растениеводства составляют за период пять лет 46,4 %, что превышает темпы прироста животноводческой продукции.

Анализ распределения производства по хозяйственным категориям показывает темп роста всех хозяйственных категорий за рассматриваемые периоды. Тем не менее, наивысший темп роста показали хозяйства населения в 38,36 % к 2021 г. относительно 2017 г. На втором

Таблица 1. Динамика основных показателей сельского хозяйства в Пермском крае за 2017–2021 гг., млн. руб. [9]

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп прироста 2021/2017, %
Доля сельского хозяйства в ВРП, %	2,2	3,4	2,9	3,6	3,9	77,27
Объем производства сельскохозяйственной продукции	41560,3	44192,7	43237,1	46128,0	55315,0	33,10
В т. ч. по видам						
растениеводство	12922,7	14680,5	12861,0	16056,3	18918,9	46,40
животноводство	28637,6	29512,2	30376,1	30071,7	36396,1	27,09
В т. ч. по хозяйственным категориям						
сельскохозяйственные организации	26202	26936,6	27570,9	32323,3	34461,25	31,52
хозяйства населения	12993,3	14873,2	13516,3	14875,7	17977,38	38,36
крестьянские (фермерские) хозяйства, индивидуальные предприниматели	2364,9	2382,9	2150	2681	2876,38	21,63

месте — сельскохозяйственные организации (+31,52 %) и на третьем месте — крестьянские (фермерские) хозяйства, индивидуальные предприниматели (+21,63 %).

В структуре производств по хозяйственным категориям наибольший объем произвели сельскохозяйственные организации — 34461,25 млн. руб. в 2021 г. Объем производства продукции личными хозяйствами составил 17977,38 млн. руб. в 2021 г.

Объем производства крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей составил всего 2876,38 млн. руб. в 2021 г.

Недостаточный объем производств сельскохозяйственной продукции крестьянскими (фермерскими) хозяйствами и индивидуальными предпринимателями связан во многом с недостаточной поддержкой малого бизнеса, занятого в сельском хозяйстве в крае.

Рост сельского хозяйства в целом связан со следующими мерами поддержки:

Выделение грантов «Агростартап» для начинающих фермеров: до 3 млн. руб. на развитие личного подсобного хозяйства, или до 4 млн. руб., если хозяйство планирует внести средства в неделимый фонд кооператива [7].

— Возмещение доли издержек сельскохозяйственным кооперативам.

— Компенсирование неиспользованных хозяйствами земель в обороте.

— Предоставление субсидий на приобретение агротехники и оборудования.

— Реализация отраслевых мер поддержки организаций и личных хозяйств, задействованных в растениеводстве и животноводстве («погектаровка»).

— Получение семейными животноводческими фермами, по данным Министерства агропромышленного комплекса Пермского края, грантов на свое развитие в объеме до 15 млн. руб.

— Реализация программы обучения начинающих фермеров в «Центре развития агробизнеса». С 2022 г. Центр реализует принцип «единого окна» и ориентирован на различные хозяйственные категории [6].

За рассматриваемые периоды отмечается снижение валового сбора продукции растениеводства по следующим категориям (таблица 2):

— Зерно на 27,17 % — 257,9 тыс. т. в 2021 г.

— Овощи на 0,94 % — 136,8 тыс. т. в 2021 г.

Снижение валового сбора зерна связано, преимущественно, с отрицательным темпом прироста сбора пшеницы (- 20,74 %), составив 109,7 тыс. т к 2021 г., а также ячменя ярового (-19,43 %) и овса (-46,6 %). Рост валового сбора отмечается только по озимой ржи в 3,24 %.

Основная доля продукции растениеводства — валовый сбор картофеля, который составил в 2021 г. 293,3 тыс. т. (+45,27 % к 2017 г.).

Основной причиной снижения сбора продукции растениеводства в последние годы явилась засуха, снижение посевных площадей, а также санкции, снизившие внешне-торговый оборот зерна [8].

В животноводстве преобладает мясное, молочное скотоводство, свиноводство, овцеводство, козоводство, птицеводство (куры, индейки, страусы), коневодство (русская рысистая, русская тяжеловозная).

Наибольший объем производства продукции животноводства на убой скота составляет птица 34,2 тыс. т, а также крупный рогатый скот 16,3 тыс. т. Данные виды производств снижаются на 8,06 % и на 5,78 % к 2021 г. относительно 2017 г. Необходимо отметить, что производство скота на убой снижается в целом на 14,57 % и по категориям скота. Причинами снижения скота на убой связано со уменьшением поголовья скота, низкой рождаемостью, а также косвенными причинами — потреблением населения говядины. При этом тенденция снижения по-

Таблица 2. Динамика сбора и производства основных видов растениеводства и животноводства в Пермском крае за 2017–2021 гг., млн. руб. [9]

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Темп прироста 2021/2017, %
Валовый сбор растениеводства, тыс. т						
Зерно	354,1	371,2	299,8	356,7	257,9	-27,17
пшеница	138,4	148,1	123,5	149,0	109,7	-20,74
рожь озимая	18,5	20,5	13,5	14,3	19,1	3,24
ячмень яровой	94,7	98,0	85,2	105,8	76,3	-19,43
овёс	92,7	91,9	73,0	80,4	49,5	-46,60
Картофель	201,9	276,0	239,5	261,8	293,3	45,27
Овощи	138,1	147,0	137,4	140,4	136,8	-0,94
Производство продукции животноводства						
Скот и птица на убой в убойном весе, тыс. т, из них	71,4	67,7	69,8	66,2	61,0	-14,57
крупный рогатый скот	17,3	16,6	16,9	16,3	16,3	-5,78
свиньи	15,5	16,7	18,5	15,4	9,6	-38,06
овцы и козы	1,1	0,9	0,8	0,8	0,7	-36,36
птица	37,2	33,2	33,3	33,4	34,2	-8,06
Молоко всех видов, тыс. т	483,4	505,4	529,0	547,9	551,1	14,00
Яйца, млн шт.	1244,8	1299,5	1307,7	1361,5	1391,5	11,79
Шерсть (в физическом весе), т	45,1	42,0	31,9	38,9	38,2	-15,30
Мёд товарный, т	1198,0	1356,7	1243,0	1521,6	1523,4	27,16

ребления говядины отмечается по многим регионам европейской части страны.

Важным видом производств в крае является молоко всех видов. Рост данного вида производств составил 14 % за анализируемые периоды (551,1 тыс. т в 2021 г.). Также увеличиваются объемы производства меда на 27,16 % и яиц на 11,79 %. Однако производство шерсти снижается на 15,3 % в виду снижения скота на убой.

На основании представленного анализа можно сделать следующие выводы:

— Снижение убоя скота, связано с одной стороны со снижением потребления, преимущественно, говядины, с другой стороны со снижением поголовья. Также происходит свёртывание производства по крупному рогатому скоту в результате повышения стоимости содержания животных (комбикорма).

— Снижение валового сбора растениеводства в виду засухи, посевных площадей, санкций. Развитие засухи в дальнейшем может повлиять на надои молока.

С целью повышения экономической эффективности производств и снижения негативных факторов, влияющих на сельское хозяйство необходимо:

— Поддержка сельхозпроизводителей в покупке и модернизацию маломощной техники, оборудования.

— Предоставление субсидий на закупку органических удобрений, комбикорма.

— Выделение дотаций сельхозпроизводителям из регионального бюджета.

— Борьба с засухой посредством высаживания защитных лесополос и засухоустойчивых видов растений, реализации задержки снега на полях, глубокой вспашке

полей, искусственного орошения полей, весеннего задержания талых вод на полях, борьбы с сорняками на полях, которые поглощают воду из почвы.

— Реализация мероприятия по росту выхода сельскохозяйственной продукции за счет повышения урожайности, продуктивности животноводства и его продукции (мясо, молоко, яйца, мед и пр.), повышение товарности сельскохозяйственной продукции

— Предоставление условий для доступности кредитных ресурсов для отрасли.

— Повышение инвестиционного потенциала отрасли в регионе за счет государственных программ.

— Государственно-частное партнерство в сельском хозяйстве с целью освоения посевных площадей и реализации на них необходимой инфраструктуры (транспортная доступность, обеспечение водоснабжением при необходимости).

— Привлечение кадров в отрасль. Для этого необходимо заключение контрактов с будущими студентами на реализации их в профессии, как минимум на 5 лет, с субсидированием их обучения и предоставление жилья.

— Стимулирование возвращения личных подсобных хозяйств в структуру сельского хозяйства.

— Расширение и укрепление торговых экономических отношений со странами ближнего зарубежья.

Рассмотренные меры повышения производительности сельского хозяйства в Пермском крае имеют экономический и организационный характер их реализации. Важную роль в поддержании отрасли сельского хозяйства выполняют государственные органы власти разных уровней. Именно финансовая поддержка в виде дотаций,

субсидий, а также меры льготного налогообложения и кредитных ресурсов способны повысить эффективность экономических процессов производства. Немаловажное значение занимает и реализация государственно-частного партнерства по развитию инфраструктуры земельных ресурсов.

Особая роль в системе повышения экономической эффективности сельскохозяйственного производства отводится выбору каналов реализации продукции. В условиях рынка расширились возможности предприятий по продаже сельскохозяйственной продукции по наиболее эффективным направлениям, что способствует получению дополнительного размера дохода от хозяйственной деятельности. Однако рост санкций снизил возможность регионов к выходу на зарубежные рынки. Поэтому государ-

ственная региональная власть должна проявлять участие в сбыте продукции на внешние рынки, то есть снижение влияния внешних политических факторов на отрасль.

Таким образом, в сельском хозяйстве Пермского края с целью повышения экономической эффективности производства, наращивания урожайности необходимо формирование благоприятного инвестиционного, инновационного и экономического климата путем установления государственных мер, обеспечивающих активизацию инвестиционной деятельности за счет создания экономических условий для воспроизводственного процесса в сельском хозяйстве, увеличения государственной поддержки села на всех уровнях, льготного долгосрочного финансирования и налогообложения, укрепления малого предпринимательства.

Литература:

1. Об утверждении государственной программы «Государственная поддержка агропромышленного комплекса Пермского края» Постановление от 3.10. 2013 года № 1320-п
2. Власова, Н. С., Хорольская Т. Е. Анализ и перспективы развития агропромышленного комплекса Краснодарского края // Вестник Академии знаний. — 2020. — № 40 (5). — С. 104–109.
3. Волков, В. И. Государственная поддержка и развитие агропромышленного комплекса Пермского края // Вестник аграрной науки. — 2020. — № 1 (82). — с. 160–168.
4. Мусаева, Х. М., Тарханова З. Э. К вопросу о повышении эффективности сельскохозяйственного производства в России // Естественно-гуманитарные исследования. — 2020. — № 32 (6). — с. 261–265.
5. Набоков, В. И., Волков В. И., Некрасов К. В. Агропромышленный комплекс Пермского края на современном этапе развития // Вопросы управления. — 2019. — № 6 (61). — с. 170–177.
6. Министерство агропромышленного комплекса Пермского края. — <https://agro.permkrai.ru>
7. ПроПермь. — <https://properm.ru/news/society/204470/>
8. РБК // В Прикамье существенно снизился сбор урожая <https://perm.rbc.ru/perm/freenews/61964b639a7947bf4128a3b1>
9. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. — <https://permstat.gks.ru>

Инновационные технологии в деятельности органов местного самоуправления

Попов Вадим Алексеевич, студент;

Собянина Светлана Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент
Московский финансово-юридический университет МФЮА

В статье проведен анализ проблематики использования инновационных технологий в деятельности российских органов местного самоуправления.

Ключевые слова: инновации, инновационные технологии, муниципальное управление, местное самоуправление.

Каждое муниципальное образование должно иметь собственную стратегию развития, согласованную с приоритетами всей Российской Федерации. В стратегическом планировании, стратегия социально-экономического развития является одним из главных и важных документов, в которой определяются и прописываются долгосрочные цели, задачи, вытекающие из целей, в управлении муниципальным образованием и его со-

циально-экономическом развитии [5]. В стратегическом планировании муниципального образования, кроме стратегии развития, существуют еще такие документы, как: муниципальные программы; прогноз среднесрочного и долгосрочного развития; план мероприятий по реализации стратегии.

Стратегия развития муниципалитета является важнейшим элементом в управлении, которой подчиняются,

или должны подчиняться, действия и органов муниципальной власти. Обычно разрабатывают стратегии на 15–20 лет. Она призвана осуществлять цели и задачи муниципального образования, достигнув которые муниципальное образование будет развиваться в прогрессивном направлении. Стоит отметить, важным моментом является то, что в стратегическом плане должны, учтены изменение, как и во внешней, так и во внутренней средах муниципального образования [6, с. 8]. Приоритеты местных жителей, органов местного самоуправления и организаций муниципального образования должны объединяться в стратегии.

Стратегию могут разрабатывать отдел экономики, отдел планирования администрации муниципалитета, а вот исполнителями будут являться такие структуры органов местного самоуправления, как: финансовые, образования, науки, здравоохранения, физической культуры, спорта, строительства, культуры и тому подобное [7, с. 87].

Необходимо отметить, что при стратегировании на муниципальном уровне все же присутствует немало проблем, к числу которых можно отнести следующие:

— отсутствие единого стандарта разработки стратегических планов, в результате чего муниципалитеты разрабатывают стратегический план развития на основе собственных представлений и компетенций;

— небольшие муниципальные образования по различным причинам не уделяют должного внимания разработке стратегии собственного развития, а лишь корректируют стратегии других муниципалитетов, что приводит к неэффективности применения стратегического планирования;

— в результате экономического кризиса многие муниципальные образования стали не в состоянии соответствовать показателям, намеченным в своих стратегиях развития, разработанных ранее [4].

План социально-экономического развития муниципального образования обычно разрабатывается на основе стратегии социально-экономического развития. В Федеральном законе № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» прописано, что за органами местного самоуправления закрепляется право принимать и реализовывать планы и программы социально-экономического развития [6]. Планы и программы социально-экономического развития муниципалитета, в идеале, должны быть ориентированными на саморазвитие муниципального образования. Согласно таким документам, муниципалитет должен максимально использовать собственные ресурсы, поддерживать экологическую ситуацию, состояние инфраструктуры в оптимальном состоянии. Немаловажным является и то, что планы и программы социально-экономического развития должны быть направлены на решение наиважнейших проблем населения, так же и на развитие территории [3, с. 89].

План социально-экономического развития муниципального образования должен быть научно обоснован

и должен соответствовать текущему положению муниципального образования. Для этого необходимым является анализ таких данных, как: численность населения, их социальная структура и половозрастной состав; количество трудоспособного населения, безработных граждан; уровень доходов населения; прожиточный минимум; потребность жителей в обеспеченности услугами образования, здравоохранения, культуры, спорта, ЖКХ и тому подобное; количество предприятий, функционирующих на территории данного муниципалитета; количество трудовых мест; анализ финансовых структур, бюджета; наличие природных ресурсов и их использование и т. д. [1, с. 67]

Аналитический отчет должен стать итогом проведенного исследования. Он должен содержать разные таблицы, диаграммы, характеризующие положение текущих дел в конкретном муниципальном образовании. По проведенному анализу можно будет просмотреть недостатки и положительные моменты, сделать выводы и составить список конкретных действия на следующий временной период.

В соответствии с Указом Президента РФ «Об основных положениях региональной политики» должна осуществляться разработка муниципальных программ, в которых основной задачей органом МСУ является решение вопросов по обслуживанию жителей муниципального образования [2, с. 75]. Одной из самых важных частей процесса управления социально-экономическим развитием муниципального образования является определение эффективной работы органов местного самоуправления. Она выражается в соответствии уровня достигнутых социальных, экономических результатов поставленным целям.

Управление социально-экономическим развитием муниципального образования в общем виде представляет собой управление муниципальными программами развития различных сфер муниципалитета, их разработкой реализацией и корректировкой. Для осуществления эффективного управления социально-экономическим развитием муниципальных образований необходимо решить ряд проблем в правовом, финансовом, методическом и методологическом обеспечении. Так же, хочется отметить, что осуществление социально-экономического развития муниципального образования невозможно осуществлять без планирования. Именно о методах планирования социально-экономического развития далее и пойдет речь.

Формами инновационного менеджмента в сфере ГиМУ, с точки зрения современной науки, являются специализированные подразделения, которые включают в себя комитеты, советы, рабочие группы, группы по проекту и др. Задача таких подразделений состоит в определении основных направлений инновационного процесса и внедрении конкретных предложений с целью принятия решений; в отделении новых услуг, от услуг традиционных и др. [3, с. 89] Они осуществляют регулирование инно-

вационной деятельности в целом в органе управления, разработку программ и планов инновационной деятельности и рассматривают проекты по созданию новых услуг. Кроме того формами инновационного менеджмента в сфере ГиМУ являются проектно-целевые группы, занимающиеся научными исследованиями, разработкой и производством новых услуг; центры развития — это относительно новая форма организации процесса инноваций; специализированные централизованные фонды стимулирования нововведений, деятельность которых направлена на ускорение внедрения новых услуг; аналитические группы, которые прогнозируют развитие спроса на новую услугу.

Вместе с изложенными выше некоторыми представлениями о сущности инновационного менеджмента следует обратить на одну очень важную проблему, которая требует своего обсуждения. В современных рыночных условиях развития социально-экономического страны имеет место недооценка достоинства процессного подхода как инновационного. Инновационный менеджмент имеет дело с инновациями в руководстве, а любая инновация требует вдумчивого и поэтапного вкрапления чего-то нового в устоявшееся старое. То есть требуется тщательное описание всех действий, необходимых для достижения новой цели организации (отдела, комитета и др.) в виде последовательных, четко регламентированных операций, который на выходе даёт новый результат, ориентированный на конкретного потребителя [6, с. 9].

Несмотря на ощутимые результаты внедрения процессного подхода, существуют определенные трудности: 60–80 % управленцев не получают эффект от внедрения систем менеджмента качества на основе процессного подхода. Причин здесь множество, как субъективного, так и объективного характера.

К субъективным причинам можно отнести формальный подход к мероприятию, недостаточную заинтересованность руководства МО, отсутствие системы постоянного совершенствования СМК и т. д. Оказание информационных услуг также остаётся проблемой, ответы на запросы граждан, выдача разрешений, справок слабо переводятся в сферу применения инновационных технологий. Хотя данная сфера деятельности сферы управления действительно очень важна: например, предоставление земли в аренду, консультирование, услуги социального характера — социальное обслуживание и социальная защита населения.

Инновационный менеджмент в сфере ГиМУ по своей природе актуализирует применение процессного под-

хода, который объединяет деятельность исполнительных и законодательных органов управления в сфере планирования, прогнозирования развития муниципального образования, управления ресурсами и др. Результатами этих процессов являются проекты, концепции, планы развития, бюджет города и т. д.

Таким образом, во-первых, подчеркнём, что муниципалитет является базовым уровнем национальной инновационной системы. Уровень инновационности системы определяется ее инновационным потенциалом. Инновационный потенциал муниципалитета — способность и готовность муниципалитета осуществить эффективную инновационную деятельность. Способность — это наличие и сбалансированность структуры потенциала (ресурсов, необходимых для инновационной деятельности). Готовность — это достаточность уровня развития потенциала и имеющихся ресурсов для осуществления инновационной деятельности.

Во-вторых, государственная служба в нашей стране также проходит через реформирование. Промежуточный анализ этой реформы показывают, что многие трудности внедрения инноваций, с которыми сталкивается публичное управление, связаны с человеческими и организационными факторами, личностной направленностью государственных служащих. Определены два основных направления инноваций, касающиеся человеческого фактора в государственном управлении:

- а) формирование инновационного кадрового состава;
- б) повышения эффективности и результативности деятельности государственных служащих.

В-третьих, способность организаций и органов управления инициировать и внедрять инновации становится все более ценным конкурентным преимуществом.

Установлены также основные проблемы внедрения инноваций в государственном управлении, которые связаны с такими аспектами: с уровнем профессиональных компетенций кадров государственного аппарата, деловитости кадров государственного аппарата, нравственности кадров государственного аппарата; со спецификой инновационных технологий в государственном управлении, с особенностями структуры государственного управления, с уровнем культуры организаций в сфере публичного управления и внедрения инноваций на индивидуальном, организационном и групповом уровнях государственного управления [4, с. 60].

Инновационный подход к управлению муниципальной собственностью должен формироваться, опираясь на систему взаимоувязанных научных принципов управления.

Литература:

1. Артамонов, В. С. Информационные технологии и инновации в государственном и муниципальном управлении // Студенческий вестник. 2021. № 5–1 (150). с. 67–68.
2. Иваненко, Л. В., Киселева О. Н. Применение метода управления проектами как инновация в государственном и муниципальном секторе // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2021. Т. 12. № 1. с. 75–83.

3. Никаева, Р. М., Шардан С. К., Джанхотова П. М. Инновации государственного и муниципального управления // ФГУ Science. 2022. № 1 (25). с. 89–94.
4. Пешкова, Д. С. Инновации в муниципальном управлении // Научный Лидер. 2021. № 42 (44). с. 59–61.
5. Традиции и инновации в государственном и муниципальном управлении: национальные цели развития и региональные приоритеты // Сборник статей и материалов XVI Международной научно-практической конференции / 2022. Том 2
6. Уразова, К. А., Жежерова Ю. А. Инновации в государственном и муниципальном управлении // Ученые заметки ТОГУ. 2022. Т. 13. № 2. с. 7–11.
7. Шавырин, Н. В. Роль культуры управления собственностью в формировании экономической базы муниципальных образований // Вестник МГЭИ (on line). 2021. № 4. с. 86–92.

Бухгалтерская экспертиза текущих расчетов с контрагентами

Смирнова Екатерина Николаевна, студент
Московский финансово-юридический университет МФЮА

Целью данной статьи является описание сущности и методов проведения бухгалтерской экспертизы текущих расчетов с контрагентами. В качестве методов исследования используются: метод анализа, синтеза, описания, сравнительный анализ. Актуальность данной темы определена возрастающим уровнем фальсификации отчетности по расчетам с покупателями и заказчиками, в результате чего возрастает роль бухгалтерской экспертизы текущих расчетов с контрагентами в обеспечении экономической безопасности хозяйствующего субъекта. Основными результатами являются обобщенные подходы к проведению бухгалтерской экспертизы текущих расчетов с контрагентами, а также сформированная классификация расчетных операций и подходы к управлению дебиторской задолженностью. Акцент сделан на особенностях списания сомнительной и безнадежной задолженности, расчетов по возмещению материального ущерба, задолженности работников по подотчетным суммам.

Ключевые слова: расчеты, контрагенты, бухгалтерская экспертиза, экономическая безопасность, дебиторская задолженность.

Accounting expertise of current settlements with counterparties

Smirnova Yekaterina Nikolayevna, student
Moscow University of Finance and Law

The purpose of this article is to describe the essence and methods of conducting an accounting expertise of current settlements with counterparties. The following research methods are used: the method of analysis, synthesis, description, comparative analysis. The relevance of this topic is determined by the increasing level of falsification of reporting on settlements with buyers and customers, as a result of which the role of accounting expertise of current settlements with counterparties in ensuring the economic security of an economic entity increases. The main results are generalized approaches to conducting accounting expertise of current settlements with counterparties, as well as a formed classification of settlement transactions and approaches to managing receivables. Emphasis is placed on the peculiarities of writing off doubtful and bad debts, settlements for compensation for material damage, debts of employees on accountable amounts.

Keywords: settlements, contractors, accounting expertise, economic security, accounts receivable.

В системе предупреждения экономической преступности и нарушений финансово-хозяйственной дисциплины особое место занимает экспертиза и оценка достоверности и надежности отчетной бухгалтерской информации. Преступления, совершаемые с помощью искажения и фальсификации данных учета и отчетности, во многом помогает предотвратить экспертиза текущих расчетов с дебиторами, цель которой — проверка обоснованности и реальности дебиторской задолженности,

полноты отражения выручки на счетах продаж и ее поступление, своевременность выставленных контрагентам претензий. В статье представлены рекомендации по проведению экспертного исследования дебиторской задолженности.

Все чаще налогоплательщики осуществляют умышленные действия, связанные с неуплатой налогов: создают схемы дробления бизнеса, целью которых является неправомерное применение специальных на-

логовых режимов; совершают действия по созданию искусственных условий, позволяющих применять пониженные налоговые ставки и льготы по освобождению от налогообложения; создают схемы неправомерного применения норм международных соглашений об избежании двойного налогообложения; осуществляют транзитные операции между взаимозависимыми или аффилированными лицами через посредников с использованием особых форм расчетов и сроков платежей, без должной осмотрительности и осторожности; используют схемы незаконного уменьшения налоговых обязательств или необоснованного получения права на их возмещение (возврат, зачет); искажают сведения об объектах налогообложения путем неотражения доходов (выручки) в регистрах бухгалтерского и налогового учета и пр.

В условиях недостатка финансовых ресурсов и высокого риска их потери торговые организации должны уделять большое внимание использованию современных методов бухгалтерского учета, внутреннего контроля и анализа для эффективного управления финансово-хозяйственной деятельностью. При осуществлении предпринимательской деятельности надзор является теперь гарантией достижения поставленных целей организации, а также необходимой предпосылкой для принятия рациональных и оперативных решений по развитию хозяйствующего субъекта [7].

В системе предупреждения экономической преступности и нарушений финансово-хозяйственной дисциплины особое место занимает экспертиза и оценка достоверности и надежности отчетной бухгалтерской информации. Внимание к данной проблеме вызвано тем, что в современных условиях изменился характер преступлений в экономической сфере, отмечается рост интеллектуального уровня лиц, совершивших экономические преступления. Все чаще налогоплательщики осуществляют умышленные действия, связанные с неуплатой налогов [4]:

- создают схемы дробления бизнеса, целью которых является неправомерное применение специальных налоговых режимов;
- совершают действия по созданию искусственных условий, позволяющих применять пониженные налоговые ставки и льготы по освобождению от налогообложения;
- создают схемы неправомерного применения норм международных соглашений об избежании двойного налогообложения;
- осуществляют транзитные операции между взаимозависимыми или аффилированными лицами через посредников с использованием особых форм расчетов и сроков платежей, без должной осмотрительности и осторожности;
- используют схемы незаконного уменьшения налоговых обязательств или необоснованного получения права на их возмещение (возврат, зачет);

— искажают сведения об объектах налогообложения путем неотражения доходов (выручки) в регистрах бухгалтерского и налогового учета и пр.

Особое место в проверке достоверности ведения бухгалтерского учета расчетов с контрагентами занимает бухгалтерская экспертиза, которая может дать общую оценку правильности учета отдельных спорных расчетно-платежных операций и процесса подготовки финансовой отчетности в части формирования финансовых результатов.

Перед экспертным исследованием дебиторской задолженности стоят задачи проверки обоснованности и реальности дебиторской задолженности, полноты отражения выручки на счетах продаж и ее поступление, своевременность выставленных претензий своим контрагентам.

В этой связи эксперту-бухгалтеру целесообразно выявить следующие важные моменты [5]:

- идентична ли сумма дебиторской задолженности в учетных регистрах и отчетности;
- имеются ли суммы дебиторской задолженности, у которых истек срок исковой давности;
- при анализе материалов инвентаризации дебиторской задолженности следует уточнить, обоснованы ли суммы возникшей задолженности, есть ли акты сверок с дебиторами, принимаются ли меры по их взысканию;
- имеются ли претензионные письма, и как в целом ведется претензионная работа в организации;
- есть ли безнадежные долги и в чем причина их образования;
- отдельно группируются дебиторы, по которым выявлены неувязки, неясности, расхождения;
- имеются ли приказы руководителя на списание сомнительных и безнадежных долгов.

Для получения необходимой и детализированной информации о расчетных операциях их следует классифицировать по признакам, приведенным на рисунке 1.

В качестве субъектов расчетных взаимоотношений выступают физические и юридические лица

По способу платежа расчеты бывают наличные и безналичные. Понятие «безналичные расчёты» определяется самим названием, это формы расчётов, в которых не используются наличные деньги.

В настоящее время важнейшей задачей любого предприятия является повышение стабильности финансового положения, а также организация эффективной политики в области расчётов с партнёрами.

При отсутствии должного внимания к покупателям и заказчикам, а также к поставщикам предприятия, организация рискует увеличить долю своей задолженности в активах и пассивах, в результате чего в дальнейшем данная ситуация может привести к недостаточности финансовых ресурсов для погашения текущих обязательств [3].

В настоящее время существуют различные способы управления кредиторской и дебиторской задолженностью, которые оказывают существенное влияние на успешное функционирование предприятия.

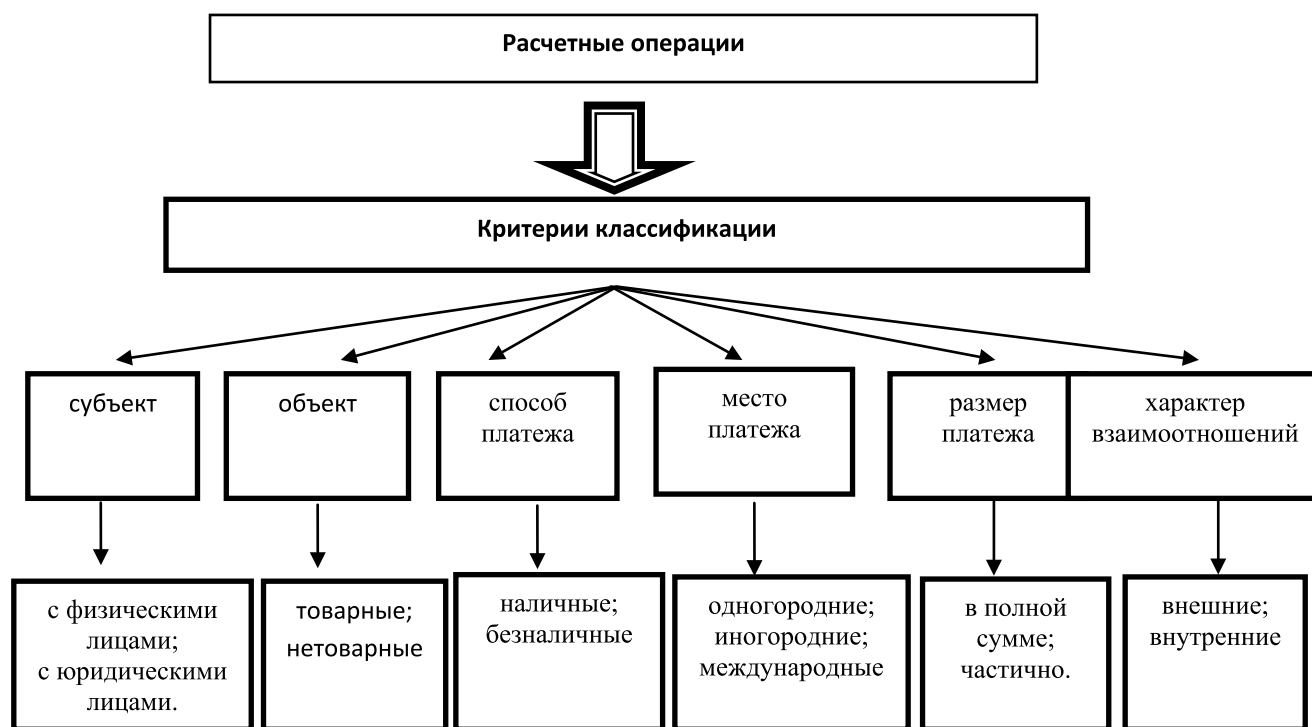


Рис. 1. Классификация расчетных операций

Для управления дебиторской задолженности руководство должно иметь полную информацию обо всех хозяйственных процессах, которые происходят внутри организации. В области управления дебиторской задолженности выделяют учёт дебиторской задолженности, анализ её динамики и структуры, а также обеспечение полноценного контроля за дебиторской задолженностью.

Основной задачей руководства является обеспечение максимального использования информации об объёме дебиторской задолженности и причинах её возникновения, с целью принятия эффективных управленческих решений, которые позволяют повысить финансовую устойчивость и платежеспособность организации. Для того, чтобы эффективно организовать процесс взаимодействия учёта, анализа и контроля необходимо сформировать механизм мониторинга [5].

Данный механизм является важнейшим инструментом необходимым для исследования изменений и причин возникновения задолженности на каждом жизненном этапе предприятия. Мониторинг позволяет отследить и выявить причины возникновения дебиторской задолженности в оборотных активах организации, за счёт которого в дальнейшем можно провести эффективный анализ и оценку управления дебиторской задолженностью.

При управлении дебиторской задолженностью огромную роль играет стратегия управления, в основу которой входит установление скидок, штрафов, в отно-

шении покупателей и заказчиков при оформлении договорных отношений.

Системы скидок и штрафов направлены на своевременное взыскание долгов с лиц, которые являются дебиторами организации. Основные подходы в области управления дебиторской задолженностью представлены на рисунке 2.

Организация управления кредиторской задолженностью в основном может быть связана с ранжированием по поставщикам, а также иным лицам, в отношении которых возникает кредиторская задолженность. Ранжирование является одним из эффективных инструментов управления кредиторской задолженностью, так как позволяет ранжировать все виды кредиторской задолженности: по срокам погашения, по объёму возникновения задолженности и долгов с целью определения приоритета платежей.

Управление кредиторской задолженностью также связано с учётом, анализом и контролем за объёмами возникшей задолженности. Важнейшим условием, конечно же, является обеспечение полноценного контроля за задолженностью, который заключается в установлении лимитов и нормативов, а также создании определенных резервов, необходимых для снижения рисков возникновения неплатежеспособности организации.

Таким образом, особое внимание должно уделяться просроченной задолженности, взыскание и своевременная оплата, которой играет значимую роль в финансовой устойчивости организации.

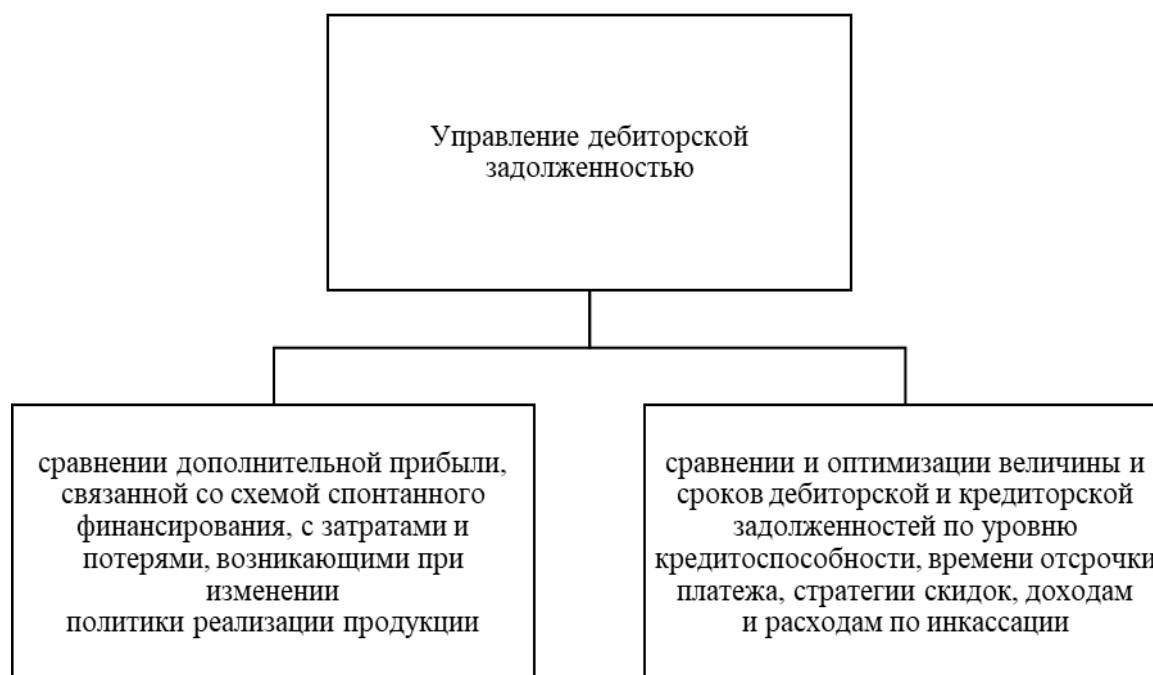


Рис. 2. Подходы в области управления дебиторской задолженности

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации ФЗ от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 10.11.2022)
2. Налоговый кодекс Российской Федерации ФЗ от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 28.06.2022) // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ (дата обращения: 10.11.2022)
3. Бальжинов, А. В., Михеева Е. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. — Улан-Удэ, 2019. — 457 с.
4. Безруких, П. С. Бухгалтерское дело: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / П. С. Безруких, И. П. Комиссарова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. — 271 с.
5. Бурмистрова, Л. М. Бухгалтерский учет. М.: Форум, 2020. — 304 с.
6. Бухгалтерский учет: Учебное пособие / Л. М. Бурмистрова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2022. — 320 с
7. Бухгалтерский учет в организациях / Под ред. Е. П. Козлова, — М.: Финансы и статистика, 2022. — 800 с.
8. Лысенко, Д. В. Бухгалтерский учет: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 477 с.

Особенности автоматизации процессов планирования и управления работы авиакомпаний

Соколов Олег Аркадьевич, кандидат технических наук, доцент;
 Кузьмин Никита Алексеевич, студент;
 Григоренко Александр Сергеевич, студент;
 Шарга Дамир Сергеевич, студент

Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации

Инновационные автоматизированные системы повышают качество и эффективность работы в сферах своей интеграции. Одной из актуальных областей внедрения автоматизированных систем управления является авиация. Основной целью текущей статьи является анализ особенностей автоматизации процессов планирования и управления работы авиакомпаний. Авторами предпринимается попытка систематизировать основные аспекты относительно

вопроса автоматизации планирования и управления летной работы авиакомпания. Цель статьи достигается в результате применения теоретических методов исследования, а также использования научных материалов.

Ключевые слова: автоматизация, авиация, управление, авиакомпания, планирование, автоматизированная система.

Features of automation of planning and management processes of airline operations

Innovative automated systems improve the quality and efficiency of work in the areas of their integration. One of the actual areas of implementation of automated control systems is aviation. The main purpose of the current article is to analyze the features of automation of the planning and management processes of airlines. The author attempts to systematize the main aspects regarding the issue of automation of planning and management of flight operations of the airline. The purpose of the article is achieved because of the application of theoretical research methods, as well as the use of foreign and domestic scientific materials.

Key words: automation, aviation, management, airline, planning, automated system.

Современная авиационная отрасль непрерывно развивается, повышая общий парк летательных аппаратов, а также различных средств наземного обеспечения и обслуживания полетов. Исходя из усложняющегося управления воздушным движением значительную актуальность приобретают вопросы, связанные с автоматизацией управления полетов. Данный вопрос на современном этапе развития уже приводит к колоссальным изменениям, выражающихся в повышении эффективности управления воздушным движением и обеспечении безопасности полетов. Автоматизация процессов управления обеспечивает наиболее рационализированное использование финансовых ресурсов и эффективное управление маневрированием полетов. Совокупность данных фактов обеспечивается в результате гибкости отображения информации и оптимизации использования пространства кабины экипажа [1].

Автоматизация представляет собой ключевую часть научно-технологического прогресса. Авиация требует автоматизации процессов управления с целью повышения эффективности работы бизнес-процессов. Современная авиационная отрасль, выражающаяся увеличением скоростей, дальностей и высотой полетов, предъявляет более сложные требования к автоматическим системам управления (АСУ) и летному составу. Это обуславливает необходимость выполнения наиболее тщательного планирования летной работы. Эффективная интеграция систем планирования и управления летной работой базируется на рациональном выборе набора программного обеспечения, соответствующего требованиям каждой отдельной авиакомпании [2].

Основной тенденцией развития вопросов автоматизации является интеграция комплексных АСУ в организациях, не зависимо от видов деятельности. Процессы автоматизации включают в себя трансформацию практически всех бизнес-процессов авиационной компании. При этом под бизнес-процессом понимается ряд действий, операций и работ, результат которых важен и значим для организации эффективного управления летной работы.

Современные АСУ, используемые в сфере авиации, представляют собой совокупность программных и технических инструментов, необходимых для управления всеми процессами компании. Активная интеграция и повсеместное использование автоматизированных систем способствуют рационализации взаимодействия между подразделениями. АСУ представляет возможность моделирования процессов, их исполнения, а также мониторинга и контролирования [3].

Система автоматического управления процессами планирования и управления авиационной компании представляет возможность быстрого сбора данных о работе всех структурных подразделений и рабочих единиц. Автоматизированные алгоритмы и средства позволяют быстро и эффективно производить анализ данных относительно операционной деятельности и статистики работы. Помимо этого, АСУ позволяет производить комплексный анализ данных, полученную из различных источников.

Автоматическая организация и управления летной работой включает в себя такие важные аспекты, как:

- планирование летной работы;
- обеспечение необходимыми ресурсами;
- достижение эффективного выполнения поставленных задач;
- обеспечение полетов необходимыми человеческими и материальными ресурсами.

Автоматизированные системы управления полетами позволяют в режиме реального времени планировать работу авиакомпании и управлять всеми процессами, связанными с организацией полетной деятельности. Таким образом, посредством АСУ решаются ряд ключевых задач рассматриваемой области:

- оптимизируется процесс по разработке процедур, требуемых с целью управления летной работой;
- автоматически разрабатывается план месячной работы или иного интервала;
- производится мониторинг летной работы, требующийся для рационализации и повышения безопасности полетов.

Такие АСУ производят сбор и анализ больших объемов разнородной информации, что представляется возможным в результате использования инновационных средств автоматизации. Данные систем позволяют принимать управленческие решения на основе аккумулируемой информации в единой базе данных. При этом ядром автоматизированной системы является система баз данных (рис. 1).

Именно на ее основе существует динамическая информационная модель каждого из объектов процесса управ-

ления полетной деятельностью. При этом данная модель может быть отображена в виде некоторого табло, например, табло о вылетах и прилетах самолетов в аэропорту. Ключевая роль системы базы данных в автоматизированных системах может быть представлена схемой основных процессов по ведению самой базы, поиску информации, а также формированию действий по планированию и управлению работы авиакомпаний [4].

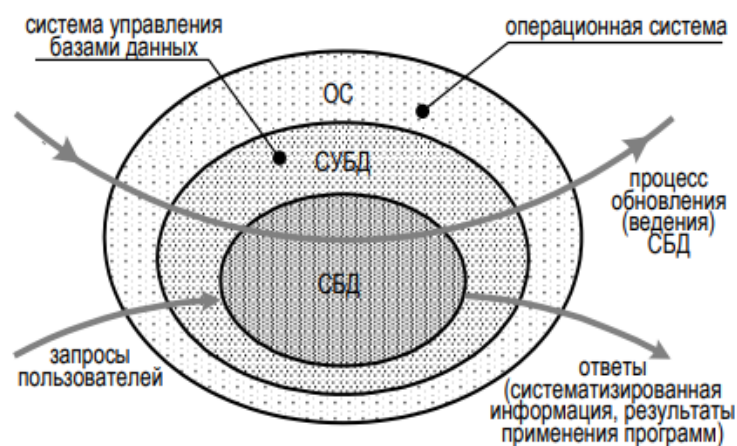


Рис. 1. Схема основных процессов, обеспечиваемых СБД

Таким образом, основной целью представленной статьи являлось выполнение анализа вопроса использования автоматизированных систем в планировании и управлении работы авиакомпании. Наиболее известными в современном мире данного рода системами являются: АС «Экипаж», ИАС Meridian, АСУ «ASNNext».

В заключение необходимо отметить, что интеграция АСУ в систему управления процессами позволяет авиационной сфере отказаться от выполнения множества ручных операций. При этом освобожденные материальные, временные и человеческие ресурсы можно направить на более эффективное и рациональное использование.

Литература:

1. Абидарова, А. А. Автоматизированная система в авиации: безопасность и концепция [Электронный ресурс] / А. А. Абидарова // Известия ТулГУ. Технические науки. 2020. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizirovannaya-sistema-v-aviatsii-bezopasnost-i-kontseptsiya>.
2. Бойко, А. А. Особенности автоматизации документооборота в гражданской авиации [Электронный ресурс] / А. А. Бойко, А. С. Степанищев // НиКа. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-avtomatizatsii-dokumentooborota-v-grazhdanskoj-aviatsii>.
3. Мамкин, Е. М., Крыцин А. В., Ильяшенко Д. М., Дяченко С. А., Неретин Е. С. Автоматизация верификации систем электронной индикации современных и перспективных объектов гражданской авиационной техники [Электронный ресурс] // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-verifikatsii-sistem-elektronnoy-indikatsii-sovremennyh-i-perspektivnyh-obektov-grazhdanskoj-aviatsionnoy-tehniki>
4. Эшмурадов, Д. Э., Элмурадов Т. Д., Тураева Н. М. Автоматизация обработки аэронавигационной информации на основе многоагентных технологий [Электронный Ресурс] // Научный вестник МГТУ ГА. 2022. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-obrabotki-aeronavigatsionnoy-informatsii-na-osnove-mnogoagentnyh-tehnologiy>

Оценка и пути улучшения инвестиционного потенциала Московской области

Столярова Татьяна Андреевна, студент магистратуры
Московский гуманитарный университет

В статье рассматриваются оценка инвестиционного потенциала Московской области и разработка стратегии его повышения. Проанализированы данные социологического опроса населения, SWOT-анализа и PEST-анализа. Выработаны рекомендации по повышению конкурентных преимуществ Московской области в инвестиционной сфере.

Ключевые слова: инвестиционный потенциал, инвестиционный климат, стратегия повышения инвестиционного потенциала, ресурсы.

Assessment and ways to improve the investment potential of the Moscow region

Stolyarova Tatiana Andreevna, student master's degree
Moscow University for the Humanities

The article discusses the assessment of the investment potential of the Moscow region and the development of a strategy to increase it. The data of the sociological survey of the population, SWOT analysis and PEST analysis are analyzed. Recommendations have been developed to improve the competitive advantages of the Moscow Region in the investment sphere.

Keywords: investment potential, investment climate, strategy for increasing investment potential, resources.

Московская область — крупнейший и динамично развивающийся регион РФ. Граничит с Москвой, а также с Тверской, Владимирской, Рязанской, Тульской, Калужской, Смоленской и Ярославской областями. Общая площадь Московской области — 44379 кв. км.

Одним из ключевых преимуществ Московской области является ее расположение в центре Центрального федерального округа, который характеризуется наибольшей плотностью экономики, а также близость к Москве — главному экономическому и политическому центру Российской Федерации.

Московская область является одной из крупнейших экономик среди субъектов Российской Федерации. Диверсифицированная, динамично растущая экономика области — вторая по размеру экономика РФ, а совместно с Москвой обеспечивает более четверти экономического роста страны.

Московская область является одним из ключевых регионов в инновационной системе России — здесь сконцентрирована 1/4 всей выручки НИОКР страны. В ВРП области инновационный сектор (НИОКР) занимает 4,3 %, в среднем по России — 1,1 %. Мощный научно-технический потенциал был сформирован в области еще в советские годы и дополнен современной инновационной инфраструктурой в 2000-е гг. В настоящее время в Московской области функционирует 8 из 13 наукоградов России (Дубна, Жуковский, Королев, Протвино, Пущино, Реутов, Фрязино и Черноголовка), 14 институтов РАН, 15 НИИ, 14 вузов и национальных исследовательских университетов, 2 технико-внедренческие особые экономические зоны, 16 бизнес-инкубаторов, 9 технопарков, 2 центра трансфера технологий и центр коллективного пользования.

С целью выработки мероприятий по повышению инвестиционного потенциала Московской области был проведен социологический опрос населения.

Респондентам в возрасте от 20 до 65 лет различного социального статуса предлагалось оценить уровень инвестиционного потенциала Московской области, определить основные проблемы инвестиционной политики региона и приоритетные направления развития Московской области.

В опросе приняли участие 111 респондентов.

Результаты социологического опроса показали, что обсуждение вопросов, связанных с инвестиционным потенциалом Московской области, больше интересует мужчин (80,2 % от числа опрошенных, женщин только — 19,8 %) в возрасте от 40 до 49 лет (44,1 % от числа опрошенных) и от 30 до 39 лет (33,3 % опрошенных).

В опросе приняли участие 42,3 % предпринимателей, 22,5 % служащих, 12,6 % учащихся, остальные категории респондентов (научные работники, военнослужащие, рабочие пенсионеры) составили суммарно менее 23 % от числа опрошенных.

Большинство респондентов (62,2 %) оценили уровень инвестиционного потенциала Московской области, как высокий, 23,4 % — средний, 9 % — низкий, 5,1 % — затруднились ответить этот вопрос.

Сдерживающие факторы повышения инвестиционного потенциала Московской области и предлагаемые меры приведены в таблицах 1 и 2.

На основе анализа конкурентного положения Московской области были составлены SWOT-анализ и PEST-анализ.

По результатам SWOT-анализа и PEST-анализа было определено, что Московская область на текущий момент

Таблица 1. Факторы, ограничивающие рост инвестиционного потенциала

№ п/п	Факторы	Количество респондентов, % опрошенных
1	Административные барьеры, бюрократия	69,4 %
2	Коррупцированная деловая среда	18,9 %
3	Высокий уровень и многочисленность налоговых ставок и платежей, ограниченность инвестиционных льгот	18,9 %
4	Недоработанность и нестабильность законодательной базы	16,2 %
5	Высокие инвестиционные риски	11,7 %
6	Значительный отток капитала	5,4 %

Таблица 2. Факторы, способствующие повышению инвестиционного потенциала

№ п/п	Факторы	Количество респондентов, % опрошенных
1	Упрощение административных процедур и увеличение прозрачности	64,5 %
2	Создание дополнительных рабочих мест	58,2 %
3	Развитие системы профессионального технического образования	18,2 %
4	Повышение качества жизни населения	18,2 %
5	Сглаживание территориальных диспропорций	10,0 %

недостаточно активно использует свои конкурентные преимущества.

В сложившейся ситуации для повышения инвестиционной привлекательности Московской области необходима активная работа по усилению конкурентных преимуществ за счет реализации существующих возможностей:

1. Совершенствование и развитие транспортной, логистической и энергетической инфраструктуры.
2. Снижение рисков ведения бизнеса путем совершенствования регионального инвестиционного законодательства, упрощения административных процедур и повышения прозрачности системы регулирования предпринимательской деятельности.
3. Сглаживание территориальных диспропорций экономического развития области.
4. Поиск новых источников финансирования, новых производственных и торговых партнеров.

5. Создание условий для поддержки «стартапов».
6. Развитие импортозамещения и повышение привлекательности локализации производства для иностранных компаний.
7. Создание дополнительных рабочих мест за развития импортозамещающих производств.
8. Повышение эффективности маркетинговых инструментов в развитии инвестиционной привлекательности региона.
9. Создание необходимой инфраструктуры для развития туризма.
10. Развитие системы профессионального образования для повышения количества и качества трудовых ресурсов.

Целью данной статьи являлись анализ инвестиционного потенциала Московской области и разработка рекомендаций по его повышению.

Литература:

1. Андреев, А. В. Основы региональной экономики: учебник для вузов. — М.: КноРус, 2017. — 334 с.
2. Корчагин, Ю. А., Маличенко И. П. Инвестиции и инвестиционный анализ: учебник. — Ростов н/Д., 2010. — 412 с.
3. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 № 39-ФЗ (ред. от 14.03.2022).

Оптимизация налогообложения в ООО «Юговской комбинат молочных продуктов»

Трубинова Екатерина Евгеньевна, студент

Научный руководитель: Старкова Ольга Яковлевна, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д. Н. Прянишникова

Сельское хозяйство — это отрасль, которая непосредственно подвержена активному государственному вмешательству в условиях рыночных отношений. Все это проявляется в условиях налогообложения, предоставляемых льготах и преимуществах. Налогообложение в сельском хозяйстве постоянно реформируется, но это не гарантирует его совершенства. Нестабильность и сложность налогового регулирования сельского хозяйства, недостаточное использование налоговых механизмов в целях стимулирования субъектов и предпринимательской активности увеличения производства не позволяют налоговой системе с полнотой выполнять свои функции в сельском хозяйстве. Государственное регулирование, в первую очередь, влияет на поддержку агропромышленных предприятий в целом. Данные обстоятельства обуславливают актуальность разработки мер по усилению функций налогообложения в сельском хозяйстве, рассчитанных на проведение анализа и внедрение нововведений, учитывая специфические особенности сельского хозяйства РФ.

Целью данной работы является разработка направлений оптимизации налогообложения организаций сельского хозяйства с целью оптимального сочетания интересов государства и общества.

Ключевые слова: налог, налоговая система, сельское хозяйство, налоговая нагрузка.

Государство не может существовать без сбора налогов, которые являются основным источником доходов бюджетов всех уровней бюджетной системы. Однако кроме фискальной функции, налоги выполняют экономическую (регулирующую) функцию. Увеличивая или снижая налоговую нагрузку, государство может влиять на воспроизводственный процесс. Увеличивая налоговую ставку или предоставляя налоговые льготы можно стимулировать или сдерживать развитие отдельных отраслей. Одним из направлений налоговой политики является определение того, какие субъекты (предприятия или граждане) будут преимущественно формировать доходы бюджета [4].

Налог — обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций или физических лиц

в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства или муниципального образования [1].

Принципы построения налоговой системы в Российской Федерации определены Конституцией и Налоговым кодексом. В России действует трехуровневая налоговая система, состоящая из федеральных, региональных и местных налогов, что соответствует мировому опыту федеративных государств [2].

Уплаченные налоги и сборы в ООО «Юговской комбинат молочных продуктов» за 2021–2019 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1. Уплаченные налоги и сборы в ООО «Юговской комбинат молочных продуктов» за 2019–2021 гг. [6]

Наименование налога (сбора)	Сумма, тыс. руб.		
	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Водный налог	87	99	113
Транспортный налог	600	1 056	1 073
Налог на прибыль	318 091	241 832	404 571
Страховые и другие взносы на обязательное пенсионное страхование, зачисляемые в Пенсионный фонд РФ	88 105	113 909	140 907
Налог на добавленную стоимость	254 138	128 271	62 656
Страховые взносы на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством	0	0	16 936
Страховые взносы на обязательное медицинское страхование работающего населения, зачисляемые в бюджет Федерального фонда обязательного медицинского страхования	20 355	26 376	32 565
Налог на имущество организации	0	0	209
Земельный налог	2 973	6 616	6 063
Итого	384 348	518 159	665 097

На основании данных таблицы 1 можно сделать вывод о том, что значительная часть налогов и сборов составляет налог на прибыль организации.

Существует несколько групп методов налоговой оптимизации:

- разработка приказа об учетной политике для целей налогообложения;
- оптимизация через договор;
- специальные методы оптимизации;
- применение льгот и освобождений.

Формирование учетной политики предприятия является одним из важнейших элементов налоговой оптимизации. С помощью качественной разработки приказа об учетной политике предприятие может выбрать лучший вариант учета, который даст результат со стороны режима налогообложения. Но для выбора какого-либо способа учета предприятие должно обосновать свое решение расчётами налогов и убедиться в верности выполненного выбора. Эти действия поспособствуют предприятию не допустить неприятностей с органами налогового контроля. В связи с вступлением в действие Главы 25 «Налог на прибыль организаций» Налогового кодекса Российской Федерации произошли значительные изменения в налоговой системе. Суть в том, что в системе российского налогообложения впервые на законодательном уровне создана самодостаточная учетная система — учет операций в целях налогообложения. Таким образом при разработке учетной политики для целей налогообложения следует внимательно рассмотреть несколько утверждений, таких как метод признания дохода в целях налогообложения, амортизации (метод начисления, выбор срока полезного использования объектов, применение повышающих коэффициентов), создание резерва по сомнительным долгам, работе с просроченной дебиторской задолженностью и др.

В случае метода оптимизации через договор необходим анализ предмета и цены договора, формы сделки, контрагентов, установлении штрафных санкций. Далее на основании данного исследования должны быть подобраны наиболее уместные пункты договора, содействующие уменьшению налоговых платежей.

Специальные методы содержат подгруппы методов — метод замены отношений, метод разделения отношений, метод отсрочки налогового платежа, метод прямого сокращения объекта налогообложения и метод оффшора.

Применение льгот и освобождений подразумевает использование льгот, закрепленных в Налоговом кодексе Российской Федерации или в законодательных актах по налогообложению субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления [3].

Что касается теоретического аспекта оптимизации налогообложения, то здесь должны соблюдаться следующие принципы:

- разумность;
- комплексность;
- индивидуальность;
- юридическая чистота;
- цена.

Под разумностью понимается принцип «здравого смысла», который предостерегает субъекта предпринимательства от необдуманных решений по снижению налогооблагаемой базы. Если не придерживаться этой позиции и применять на практике необдуманные и запутанные схемы по снижению налоговой нагрузки, субъект предпринимательства столкнётся с налоговыми санкциями со стороны государства.

Принцип цены подразумевает выгоду, полученную от использования налоговой оптимизации, которая должна приносить большую отдачу, чем ресурсы, потраченные на применение налоговой оптимизации.

Юридическая чистота всегда сопоставляется с законодательством. Под данным принципом понимается соблюдение всех норм налогового законодательства при принятии решения по оптимизации налогообложения.

Принцип индивидуальности ориентирован на специфику деятельности предприятия. Данный принцип подразумевает наличие разносторонних подходов к решению вопроса оптимизации налогов; отсутствие единой универсальной методики в решении данной проблемы.

Что касается комплексности, то здесь сопоставляются различные налоговые платежи, и выявляется возможность увеличения каких-либо налоговых платежей за счёт снижения других [5].

Правильная оптимизация налогообложения (то есть оптимизация налогообложения, осуществляемая законными методами) и прогнозирование возможных рисков обеспечивают стабильное положение организации на рынке, поскольку позволяют избежать крупных убытков в процессе хозяйственной деятельности.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 30.10.2022) // СПС «Консультант плюс» — URL: <http://www.consultant.ru>;
2. Налоги и налогообложение: учебник для вузов / Л. Я. Маршавина [и др.]; под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 510 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12659-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489253>;
3. Иванова, Е. В. Методика и методы оптимизации налогообложения как способа снижения налоговой нагрузки предприятия // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. — 2016. — № 3. — с. 41–45;

4. Старкова, О. Я. Анализ налогообложения физических лиц // Znanstvena misel. — 2019. — № 26. — с. 14–18;
5. Черненко, Д. А., Скрыльников Д. В. Пути снижения налоговой нагрузки организации // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2020. — № 6. — с. 270–273;
6. Налоги и сборы ООО «ЮКМП» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://checko.ru>.

Техническая подготовка производства

Хемрайев Дурполат Мухамметгулыевич, старший преподаватель;
Мухаммедов Керим Худайбердиевич, преподаватель;
Гурбанмурад Гурбанмурат Батырович, преподаватель
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

Обеспечение технического прогресса в промышленности находит свое выражение в технической подготовке производства. Под технической подготовкой производства понимается комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ по созданию и внедрению в производство новых и совершенствованию освоенных машин и технологических процессов. Задачами технической подготовки производства являются обеспечение непрерывного технического прогресса, его ускорения, создание условий для ритмичной работы предприятий, сокращения длительности цикла. Трудоемкости и стоимости всех его этапов. Она подразделяется на три основных вида: межотраслевую, отраслевую и техническую подготовку в производственном объединении.

Межотраслевая техническая подготовка включает технико-экономический анализ эффективности выпускаемых машин, изучение задач технического развития обслуживаемых и смежных отраслей народного хозяйства, согласование технических заданий на разработку конструкции новых машин и модернизацию выпускаемых. Она включает составление технических заданий отраслям смежникам на разработку и освоение новых комплектов изделий, полуфабрикатов и материалов. Технологического оборудования, инструмента и оснастки, а также технологических процессов; испытание и доводку опытных образцов, и установочных серий нового оборудования.

Отраслевая техническая подготовка производства состоит из разработки мер по развитию внутриотраслевой специализации (детальной и технологической), обмену передовым опытом в области конструктор технологических разработок и организации производства на аналогичных предприятиях, в цехах и на участках.

Техническая подготовка производства в ПО включает работы по созданию новых машин и организации их серийного производства с применением передовых технологических процессов, и прогрессивных методов организации производства и труда.

Все виды технической подготовки производства связаны между собой общностью задач и последовательно-

стью отдельных этапов работ. Однако содержание этих работ различно.

Основными видами работ по технической подготовке предприятий являются: разработка и освоение новых (или модернизация) видов продукции; обеспечение производственных подразделений необходимой технической документацией, разработка и наладка новых (или модернизация) технологических процессов изготовления новых видов продукции с обеспечением намеченных процессов необходимой технологической документацией, оснасткой, инструментом, приспособлениями и т. д.; разработка и проверка норм трудоемкости, материалоемкости, энергоемкости и т. д. для определения и уточнения потребности в промышленно-производственном персонале, сырье, материалах и т. д. и оценка эффективности новых разработок.

Различают два основных этапа технической подготовки производства — конструкторский и технологический. Основные работы по подготовке производства конструкторские и технологические — часто бывают совмещены по времени, например, при проверке разрабатываемой конструкции на технологичность, при конструировании технологической оснастки и т. д.

Конструкторская подготовка производства проходит следующие стадии: согласование технического задания, разработка эскизного и технического проектов, рабочих чертежей. В зависимости от сложности конструкции, степени ее новизны содержание и последовательность этапов могут быть изменены и сокращен общий объем работ.

Начало непосредственной разработки продукции ответственный этап подготовки производства. Он связан с необходимостью выбора наиболее технически и экономически целесообразного варианта, напри мер машин, из нескольких. Поэтому на начальных стадиях разработки необходимы технико-экономические расчеты для обоснованного выбора оптимального варианта конструкции, т. е. такого, который имеет более высокие показатели технического уровня и эффективности.

Правильный выбор варианта — необходимое условие сокращения длительности и стоимости технической подготовки. Оптимальным, т. е. наиболее экономически эф-

фективным, должен быть признан вариант, требующий наименьших затрат. Показателем сравнительной экономической эффективности является минимум приведенных затрат. Задачей планирования технической подготовки производства является установление начальных и конечных сроков работ путем расчета объема и трудоемкости разработок. Правильный учет объема работ при составлении плана технической подготовки производства должен быть основан на оценке степени сложности осваиваемой машины, определении количества оригинальных деталей, расчете затрат на проектирование конструкции и разработку технологического процесса.

К основным методам планирования трудоемкости в зависимости от этапов разработки, степени новизны и сложности изготовления машины относятся методы предварительного нормирования, нормирования по аналогии поддетального нормирования. Для окончательного определения объема работ используют метод поддетального нормирования, предполагающий применение на всех этапах технической подготовки производства утвержденных нормативов: на проектирование новой машины (при этом исходной базой для установления нормативов являются количество листов чертежей и нормы времени для выполнения конструкторских работ-проектирования, детализации, копирования и размножения), на проектирование технологических процессов, включая изготовление технологической оснастки, причем трудоемкость работ определяется по нормам, которые учитывают количество оригинальных деталей в осваиваемой машине на производственные работы, которые подразделяются на виды разряды в соответствии с имеющимся оборудованием и устанавливаются на основе норм выработки: на изготовление опытных образцов новых машин, которые устанавливаются: укрупненно на основе прогрессивной технологии.

Величина плановой трудоемкости должна корректироваться по мере выполнения очередных этапов подготовки производства, т. е. должна приближаться к обоснованным показателям поддетального нормирования. Кроме того, применяются нормативы: на проектирование конструкции и технологических процессов; на изготовление оснастки; на выполнение производственных работ: на изготовление и испытание опытного образца машины.

Организация работ по технической подготовке производства улучшается при сквозном планировании, когда план разрабатывается и выполняется одновременно всеми участниками, включая министерство, отраслевой институт, конструкторское бюро и завод.

В планировании технической подготовки на предприятии уточняются сетевые модели планирования и управления. Они эффективны при организации производства особо сложных машин, состоящих из большого количества деталей и технологического оборудования, и оснастки. Сетевое планирование обеспечивает координацию многочисленных исполнителей и совмещение по времени параллельно-последовательных работ.

В современных условиях значительна роль счетно-вычислительной техники в решении множества инженерных расчетов. Необходимость применения высокопроизводительной вычислительной техники связана также с обоснованием выбора «оптимального» конструкторско-технологического варианта из количества предложенных.

Для того чтобы повысить эффективность, необходимо знать пути ускорения технической подготовки. Важно правильно решить в каждом конкретном случае задачи параллельного проведения работ академическими и отраслевыми институтами и заводскими конструкторскими службами, а также передачи разработок последующим исполнителям.

Для сокращения сроков разработки новых машин целесообразно внедрять совмещение во времени стадий проектирования и освоения новых изделий. Например, предприятие, не дожидаясь получения рабочих чертежей, может по данным технического проекта начать подготовку производства на заводе, сделать заказы на получение комплектующих изделий, деталей, заготовок и т. д. (на основе кооперации).

Следующим направлением сокращения затрат на конструкторскую подготовку производства является обеспечение преемственности конструкции, что позволяет максимально использовать существующие узлы и детали во вновь создаваемой конструкции. С этим направлением связана экономия времени за счет уменьшения объема конструкторских работ, сокращения числа исполнителей, а также ликвидации или совмещения некоторых стадий разработки. Например, без эскизного проекта может быть выполнен технорабочий проект и вместо опытного образца изготовлена опытно-промышленная партия или первая промышленная серия, в некоторых случаях целесообразно провести испытания отдельных узлов машины, особенно оригинальных.

Важнейшим направлением, с которым связано ускорение подготовки производства не только на стадии испытаний, но и на всех этапах разработки и освоения опытного и серийного производства, является широкое внедрение унификации.

На основе унификации разрабатываются параметрические ряды машин, однотипных по конструкции и назначению, но различных по мощности, производительности, габаритам и другим эксплуатационным параметрам. Построение параметрических рядов позволяет: производить максимально возможное сокращение типоразмеров машин, равнозначных по технологическому назначению, применять в конструкциях машин, особенно в смежных типоразмерах, стандартные узлы, детали, приборы и т. д., обеспечивая унификацию конструкций всего ряда: сокращать количество сортов металла, наименований и типоразмеров узлов и деталей и тем самым создавать предпосылки для повышения серийности и внедрения передовых технологических процессов и форм заводской и отраслевой специализации производства.

Совершенствование технологической подготовки производства, занимающей в общем объеме работ до 50 %

времени и затрат, открывает нужные пути для ускорения технической подготовки в целом.

Как и при технико-экономическом обосновании выбора конструкции машины требуется учесть комплекс факторов, влияющих на ее производственные и эксплуатационные показатели, так и при определении наиболее эффективных технологических процессов изготовления машины, отдельных ее узлов и деталей необходимо принять во внимание многие условия создания новых машин. Их технико-экономические и эксплуатационные показатели, качество, надежность и технологичность изготовления. В условиях высоких темпов научно-технического прогресса, с которыми связана частая смена конструкций или их модернизация, особое значение приобретает участие технологов в работах по обоснованию и выбору оптимального варианта конструкции новой машины.

Применение таких методов приводит к сокращению длительности производственного цикла, снижению трудоемкости изготовления машин и отдельных деталей, уменьшению числа технологических операций путем их концентрации, рационального подбора и компоновки оборудования, повышению качества изготовления и снижению производственного брака.

Одним из самых трудоемких этапов технологической подготовки производства является проектирование оснастки. В связи с ростом объема конструкторских разработок и многообразием их решения раз личными предприятиями и институтами появилась необходимость в их систематизации, а затем в создании системы автоматизированного и механизированного поиска

На современном этапе следует шире внедрять межзаводскую и межотраслевую типизацию технологических процессов для эффективного осуществления прогрессивных форм специализации машиностроительного производства. Использование их, как известно, значительно сокращает стоимость технической подготовки производства.

На каждом отдельном предприятии типизация технологических процессов открывает возможность для широкого внедрения высокопроизводительных механизированных и автоматизированных процессов. Передовых форм организации производства, например, с применением метода групповой обработки деталей.

На подготовительных стадиях конструкторам заводов, конструкторских бюро или отраслевых институтов необходимо научать основные направления технического развития отраслей, которые обслуживаются данной отраслью или подотраслью машиностроения.

В последние годы институты и предприятия машиностроительной промышленности приступили к систематизированному научно-техническому прогнозированию. Смысл его состоит в согласовании и координации с по-

требителями главных направлений технического прогресса на 10–20 лет и определении вариантов решения задач, стоящих в связи с этим перед отраслью машиностроения. Составление научно-технических прогнозов дает возможность более тщательно обосновывать перспективные планы, а главное — предвосхищать будущие заказы различных отраслей народного хозяйства на новые машины и оборудование.

Правильная постановка теоретических и экспериментальных работ. Направленных на создание машин будущего, способствует сокращению времени и средств, которые будут затрачены на разработку и внедрение этих новых машин. Сейчас перед нами стоит задача координировать варианты развития важнейших типов оборудования со смежными отраслями.

Научно-техническое прогнозирование как предварительный этап технической подготовки перспективного значения призвано создавать необходимые предпосылки для обеспечения заделов при промышленном освоении в ближайшие годы принципиально новых машин:

Эффективность разрабатываемых технологических процессов должна быть обеспечена применением стандартной оснастки, в том числе универсально-сборочных и универсально-наладочных приспособления с использованием: первых в единичном и мелкосерийном производствах, а также в производствах с частой сменой номенклатуры продукции и деталей; вторых — в среднесерийном производстве, а также в производствах с устойчивой на протяжении ряда лет номенклатурой.

Общим для всех предприятий направлением ускорения технологической подготовки производства является соблюдение технологической дисциплины на всех стадиях и участках производственного процесса. Точное соблюдение технологического процесса заключается в своевременной доработке технической документации и доведении ее до всех рабочих мест: в безусловном соответствии выполняемых работ требованиям, предъявляемым к процессу; в систематическом контроле за исполнением работ и учёте их качества.

Одним из эффективных путей ускорения и удешевления технической подготовки производства является повышение уровня механизации и автоматизации расчетно-вычислительных, чертежно-графических, копировально-множительных и других работ. Внедрение комплексной системы механизации и автоматизации позволяет увеличить производительность инженерного труда в 2 раза.

Основными направлениями механизации труда в технической подготовке производства являются: механизация и автоматизация инженерных вычислений и элементов проектирования; механизация копировально-множительных работ; механизация поиска информации.

Литература:

1. Медведева, С. А. Основы технической подготовки производства / Учебное пособие. — СПб: СПбГУ ИТМО, 2010. — 69 с

2. Основные принципы структурного построения АСУП [Электронный ресурс] URL: <https://chem21.info/page/143010147176020246054164165083229251096072250153/>
3. Студопедия: Проектно-конструкторная подготовка производства [Электронный ресурс] URL: https://studopedia.su/7_52910_proektno-konstruktorskaya-podgotovka-proizvodstva-pkpp.html
4. Языки программирования: Пакеты прикладных программ [Электронный ресурс] URL: <http://www.maksakov-sa.ru/ProgrProd/klasProgProd/PaketProgrObes/index.html>
5. ТЭП: Техничко-экономическое планирование [Электронный ресурс] URL: http://de.ifmo.ru/bk_netra/page.php?tutindex=3&index=126

Совершенствование кадастровых отношений на принципах формирования единого информационного ресурса

Чикина Виктория Андреевна, студент магистратуры
Орловский государственный аграрный университет имени Н. В. Парахина

В статье рассматриваются отдельные аспекты преодоления негативных последствий ошибок в государственной кадастровой оценке земельных ресурсов и недвижимости в контексте формирования единого цифрового информационного ресурса.

Ключевые слова: государственная кадастровая оценка, регистрация прав, Единый государственный реестр недвижимости, земельные ресурсы, данные, Единый информационный ресурс.

В настоящее время законодательство Российской Федерации направлено на оптимизацию налогообложения и формирование новой экономической среды.

Вовлечение земли в экономический оборот и получение средств от налога на землю является важным источником пополнения местного бюджета. Важным элементом в налогообложении земельных участков и недвижимости является кадастровая стоимость, как результат оценки объекта недвижимости, полученный на определенную дату на основе различных подходов.

При проведении государственной кадастровой оценки, регистрации прав и кадастрового учета нередко возникают спорные вопросы из-за неполных, противоречивых, задублированных, ошибочных исходных данных, которые приводят к дополнительным расходам, связанным с судебными разбирательствами.

Согласно отчету о работе судов общей юрисдикции по рассмотрению гражданских, административных дел по первой инстанции за 12 месяцев 2020 года в судах было рассмотрено по существу с вынесением решения

148 553 споров, связанных с землепользованием, при этом всего в суды поступило 188 593 заявлений по данной категории дел. Для сравнения: в суды общей юрисдикции в 2019 году поступило 115 773 дела, связанных с применением земельного законодательства [3].

Таким образом, анализируя статистические данные, можно сделать вывод, что количество земельных споров, рассматриваемых судами общей юрисдикции, достаточно велико и имеет тенденцию к росту за непродолжительный период времени и эта тенденция сохраняется [4].

Поэтому для решения этой проблемы необходимо рассматривать и систематизировать причины ошибок, которые приводят к неверно начисленному налогу, судебным издержкам и другим проблемам, связанным с некачественно оказанными государственными услугами, в том числе государственной кадастровой оценкой и государственной регистрацией прав, а также в целом провести реорганизацию системы учета сведений об объектах недвижимости с приведением сведений в единую общедоступную базу данных.

В 2020 году в Едином государственном реестре недвижимости (ЕГРН) содержалось более 200 млн. записей в отношении различных объектов недвижимости и благодаря развивающемуся рынку недвижимости, количество записей увеличивается в среднем на 6 млн. в год и среди этого количества записей существуют ошибочные сведения.

На рисунке 1 представлены статистические данные за 2021 год о количестве имеющихся ошибочных и отсутствующих сведений.

Накопленные ошибки приводят к экономическим рискам и потерям на всех уровнях бюджетной системы России и препятствуют территориальному развитию.

Кроме того, существует множество проблем в области управления пространственными данными — от различий в подходах государственных органов к учету и использованию данных до отсутствия современных российских геоинформационных технологий.

Также существует проблема в самом определении ЕГРН.

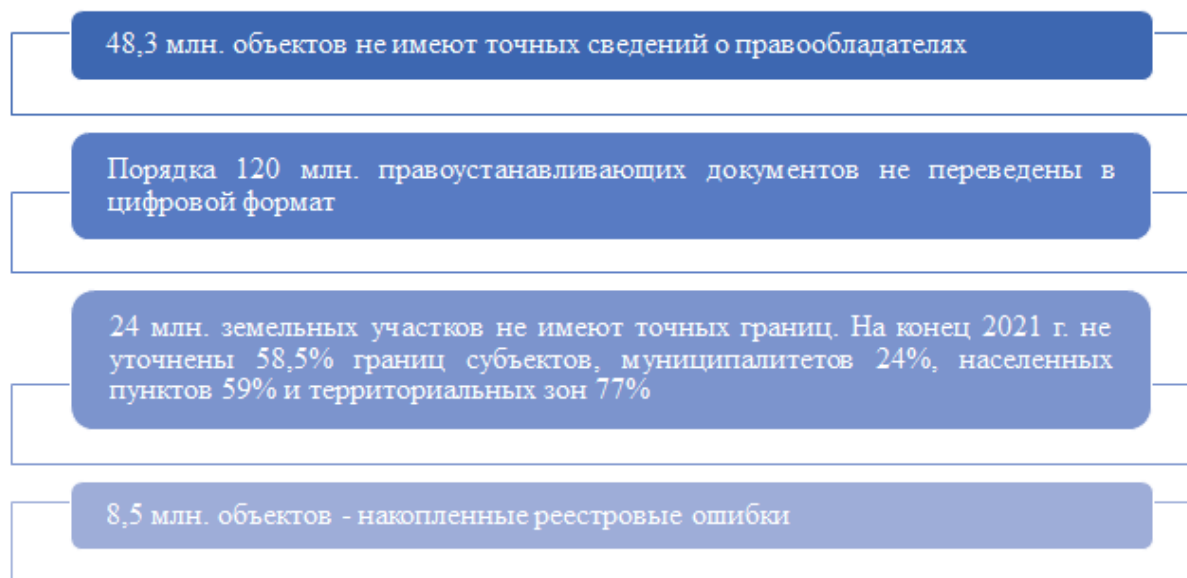


Рис. 1. Статистические данные ЕГРН за 2021 г.

Согласно актуальному законодательству, ЕГРН является сводом достоверных систематизированных сведений об учтенном недвижимом имуществе, о зарегистрированных правах на такое недвижимое имущество, основаниях их возникновения, правообладателях [6].

То есть закон делает сведения точными «по умолчанию» и приводит не только к конфликтным ситуациям между пользователями, что является наименьшей проблемой, но и в целом усложняет государственные процессы [7].

И в настоящее время принимаются меры на законодательном уровне, чтобы свести к минимуму недостоверные сведения об объектах недвижимости.

Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» предполагается обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономической и социальной сферах и без цифровизации государственного управления достичь этой цели невозможно [5].

Каждое ведомство разрабатывает программы цифровой трансформации, в частности, Росреестр получил собственную госпрограмму «Национальная система пространственных данных», рассчитанную на 2022–2030 годы.

30 декабря 2021 года был принят Федеральный закон № 448-ФЗ «О публично-правовой компании «Роскадастр», предусматривающий образование публично-правовой компании «Роскадастр», направленной на разработку, внедрение и поддержание Единого информационного ресурса.

В рамках реализации собственной государственной программы Росреестр занимается консолидацией пространственных данных для создания полного и достоверного реестра, государственной геодезической сети программно-аппаратного комплекса, единой электронной картографической основы, иными словами, предполагается создание цифровой модели территории России [7].

Реализация стратегии цифровизации Росреестра может качественно оценить экономический потенциал развития территорий во всех регионах России, в том числе повысит эффективность использования земель за счет сбора данных о доступных для застройки участках, а также упростит получение государственных услуг в сфере регистрации прав на недвижимость для предприятий и граждан путем создания сервиса, оказывающего услуги по принципу «единого окна».

Данная программа направлена на решение проблемы недостоверных сведений о земельных участках и недвижимости с перспективой создания цифровой мультимасштабной карты России и уникального единого цифрового сервиса.

На рисунке 2 отражены основные причины, способствовавшие созданию Единого информационного ресурса.

В настоящий момент перед государством стоит большая задача оперативно собрать сведения о как можно большем количестве объектов недвижимости. Этому способствуют вводимые упрощенные процедуры кадастрового учета и регистрации прав: дачная, гаражная амнистии, ограничивание полномочий государственных регистраторов с передачей ответственности за обоснование характеристик и достоверность информации кадастровым инженерам [2].

Становится очевидно, что в результате упрощенной и «поточной» регистрации в сведениях ЕГРН будет накоплено множество недостоверных данных, что приведет к еще большему росту судебных разбирательств.

В настоящий момент пилотный проект Единого информационного ресурса о земле проходит тестирование в 4 регионах России: Краснодарском крае, Республике Татарстан, Пермском крае, Иркутской области. В рамках этого эксперимента созданный прототип геопортала со-

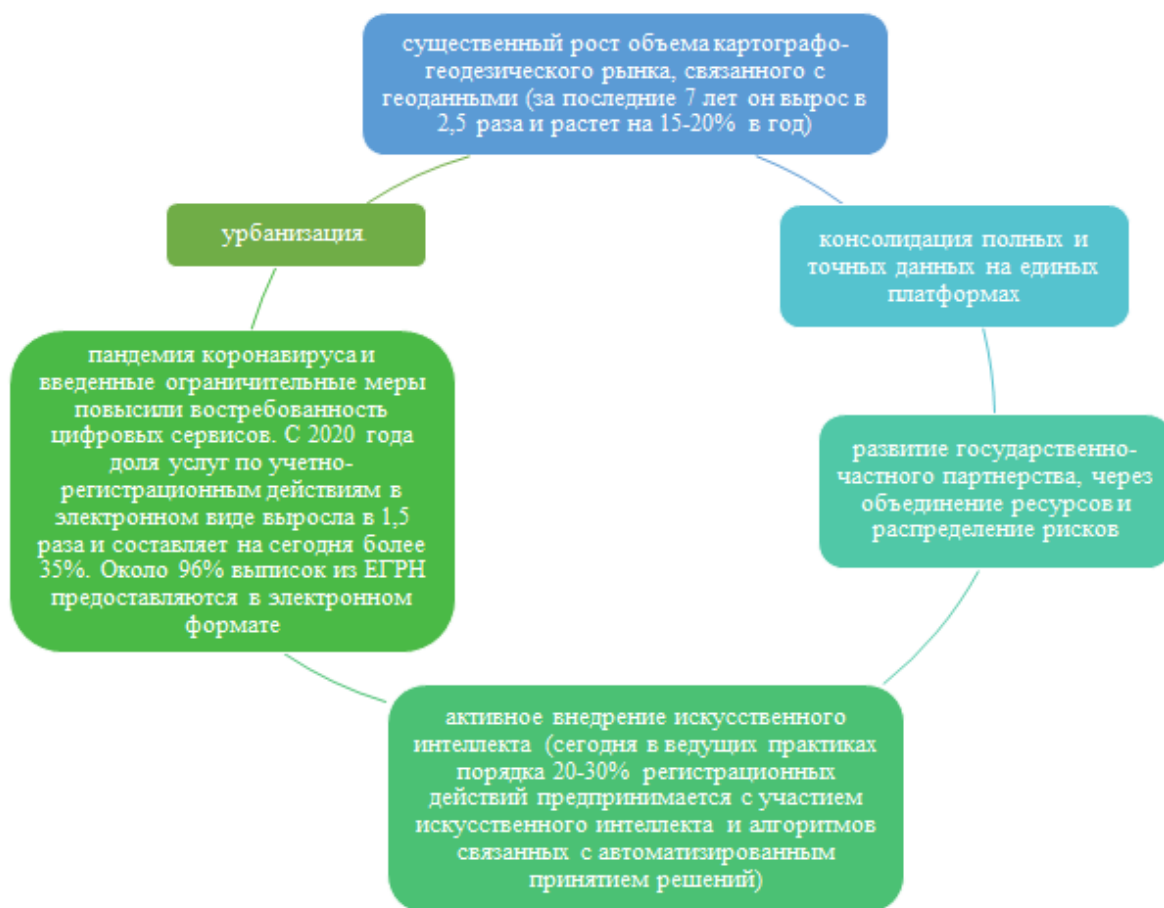


Рис. 2. Причины, способствовавшие созданию Единого информационного ресурса

держит данные из информационных ресурсов, таких как, Росреестр, Росимущество, Рослесхоз, Минсельхоз, а также региональных систем, связанных с земельными участками и недвижимостью. К концу 2022 года планируется под-

вести итоги эксперимента и интегрировать на другие регионы в следующем году.

Планируемые результаты реализации Единого информационного ресурса к 2025 году представлены на рисунке 3.

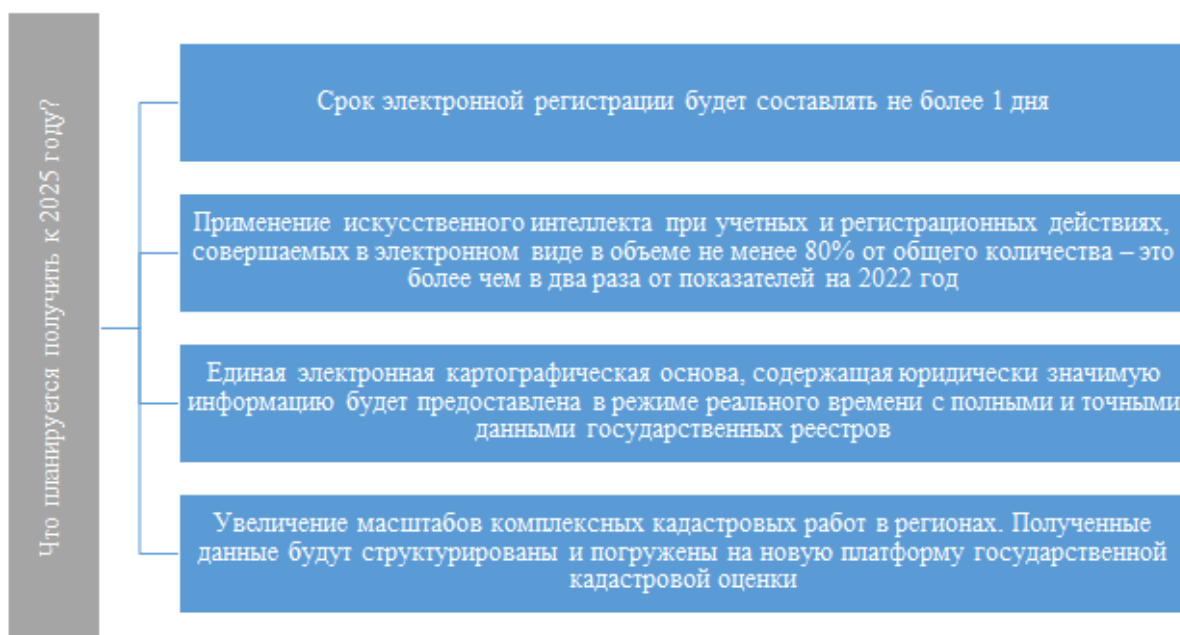


Рис. 3. Планируемые результаты реализации Единого информационного ресурса

Ожидается, что актуализация пространственных данных будет способствовать запуску инфраструктурных проектов, повышению инвестиционной привлекательности регионов, а также эффективности использования земельных участков.

В настоящий момент в результате взаимодействия органов исполнительной власти и Росреестра на публичной кадастровой карте доступно два сервиса «Земля для стройки» и «Земля для туризма», где доступна информация о земельных участках, которые пригодны для жилищного строительства и развития туризма.

Международный опыт крупнейших стран, лидирующих в сфере цифровизации позволяет Росреестру реализовывать передовые идеи, так как становится очевидно, что мир стремится к реорганизации и оптимизации взаимодействия граждан, предпринимателей и государ-

ственных органов и существует необходимость идти в ногу со временем.

Так, например, в ОАЭ и Катаре успешно существует цифровой сервис, где пользователи могут совершать сделки с недвижимостью, включая покупку, продажу, аренду и оформление ипотечных кредитов.

В Австралии разработан проект, аналогичный российским «Госуслугам», где можно оформить любую услугу: от проезда на общественном транспорте и уплаты налогов до получения медицинской помощи.

Таким образом, реализация Единого информационного ресурса позволит развить инфраструктурные проекты, повысить достоверность сведений ЕГРН, которые являются ключевым фактором, влияющим на учет, использование и оборот недвижимости в стране и выйти на качественно новый уровень оказания государственных услуг.

Литература:

1. Афанасьева, А. В. Повышение качества кадастровой информации в едином государственном реестре недвижимости / А. В. Афанасьева, А. М. Таранникова. — Текст: непосредственный // Вавиловские чтения. — Саратов: Общество с ограниченной ответственностью «Амирит», 2019. — с. 297–300.
2. Григорьев, С. А. Разработка научных основ кадастрового аудита объектов недвижимости: специальность 25.00.26 «Землеустройство, кадастр и мониторинг земель»: диссертация на соискание ученой степени доктора технических наук / Григорьев Сергей Александрович; Московский государственный университет геодезии и картографии (МИИГАиК). — Москва, 2021. — 192 с. — Текст: непосредственный.
3. Подболотова, Л. П. Анализ судебной статистики в отношении земельных споров как инструмент управления земельными ресурсами / Л. П. Подболотова. — Текст: непосредственный // Аудиторские ведомости. — 2020. — № 4. — с. 112–115.
4. Умеренко, Ю. А. Судебные экспертизы по земельным спорам в арбитражном процессе: практические аспекты / Ю. А. Умеренко. — Текст: непосредственный // Арбитражный и гражданский процесс. — 2016. — № 6. — с. 38–43.
5. Указ Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297432/, (дата обращения 13.11.2022).
6. Федеральный закон от 13.07.2015 № 218-ФЗ «О государственной регистрации недвижимости» [Электронный ресурс]. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182661/, (дата обращения 11.11.2022).
7. Федеральный закон от 30.12.2021 № 448-ФЗ «О публично-правовой компании «Роскадастр» [Электронный ресурс]. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_405431/, (дата обращения 12.11.2022).

Экономическая эффективность отношений государственного регулирования

Шаимов Хусеин, кандидат юридических наук, старший преподаватель
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

Роль эффективного режима регулирования в содействии экономическому росту и развитию в последние годы вызвала значительный интерес среди исследователей и практиков. В частности, создание эффективных регулирующих структур в странах — это не просто вопрос технической разработки наиболее подходящих регулирующих инструментов, это также связано с качеством поддержки регулирующих органов и их потенциалом.

Ключевые слова: правительство, регулирование, экономический рост, бюджет, налог.

Размер и роль правительства — одна из самых фундаментальных и продолжительных дискуссий в мире.

Экономика может быть использована для анализа относительных преимуществ государственного вмеша-

тельства в экономику в конкретных областях, но она не может ответить на вопрос о том, «слишком много» или «слишком мало» государственной деятельности в целом. Это не означает, что нельзя найти много примеров правительственных программ, которые экономисты сочли бы крайне неэффективным, если не контрпродуктивным, способом достижения политических целей. Сокращение неэффективных государственных расходов пошло бы на пользу экономике; однако сокращение эффективных государственных расходов нанесло бы ей ущерб, а сокращение размера правительства может повлечь за собой и то, и другое. Государственное вмешательство может повысить экономическую эффективность при наличии сбоев на рынке или внешних факторов. Однако политический выбор может привести к второсортным экономическим результатам, и некоторые утверждают, что по этой причине провалы рынка могут быть предпочтительнее государственного вмешательства. В отсутствие сбоев рынка и внешних факторов существует мало экономических оправданий для государственного вмешательства, что снижает эффективность и, вероятно, экономический рост. Но вмешательство правительства часто основано на желании достичь социальных целей, таких как перераспределение доходов. Экономика не может количественно оценить социальные цели, хотя часто может предложить рекомендации о том, как достичь этих целей наименее затратным способом.

Деятельность правительства влияет на экономику четырьмя способами:

Правительство производит товары и услуги, включая дороги и национальную оборону. Менее половины федеральных расходов направляется на производство товаров и услуг.

Правительство перечисляет доходы как через налоговую систему, так и через расходы. Распространенное мнение, как правило, фокусируется на трансфертах между доходными классами через систему прогрессивного подоходного налога и проверенные по средствам льготы, называемые вертикальным перераспределением. Но вертикальное перераспределение затмевается горизонтальным перераспределением, трансфертами, не связанными с классом дохода. Крупнейшими бенефициарами трансфертов являются пожилые люди в рамках таких программ, как социальное обеспечение.

Правительство собирает налоги, и это изменяет экономическое поведение. Например, налоги на рабочую силу изменяют стимулы к труду, в то время как налоги на конкретные товары (например, бензин) изменяют стимулы к потреблению и производству этих товаров.

Правительство регулирует экономическую деятельность по ряду причин, включая охрану окружающей среды, безопасность на рабочем месте и защиту прав потребителей. Экономическое воздействие регулирования, вероятно, является самым трудным и спорным для измерения из четырех видов экономической деятельности правительства.

Влияние правительства на экономическую эффективность. Как политики могут определить надлежащую роль правительства в экономике? Большинство экономистов судят об экономических достоинствах любой государственной программы, основываясь на ее влиянии на экономическую эффективность. Повышает ли более крупное правительство экономическую эффективность или снижает ее? Единственный всеобъемлющий ответ, который можно предложить, таков: это зависит. Экономическая теория ясно показывает, что государственное вмешательство потенциально может повысить эффективность при наличии сбоев на рынке, но, вероятно, снизит эффективность, когда рынки уже «совершенны», что определено ниже. В действительности правительство вмешивается как в случаях сбоя рынка, так и в тех случаях, когда рынки уже работают относительно эффективно.

В результате некоторые государственные меры повышают экономическую эффективность, а некоторые снижают ее. Ни в коем случае не все решения о расходах, принимаемые правительством сегодня, оправданы соображениями эффективности. Если бы было возможно изолировать и устранить все действия, снижающие эффективность, экономическое благосостояние гипотетически можно было бы улучшить за счет сокращения размера правительства. Аналогичным образом, можно было бы определить области, в которых вмешательство правительства могло бы исправить неисправленные в настоящее время сбои рынка, а более крупное правительство теоретически повысило бы экономическую эффективность.

Влияние правительства на экономический рост. Аргументы, связанные с размером правительства, часто излагаются с точки зрения их влияния на экономический рост. Как и в разделе об эффективности, в этом разделе утверждается, что о влиянии государственных расходов на экономический рост можно судить только в каждом конкретном случае. Но в более общем плане проблема с использованием роста в качестве критерия оценки политики заключается в том, что он ничего не говорит об общем благосостоянии, которое включает в себя неэкономические выгоды, такие как качество жизни. В отличие от эффективности, экономисты рассматривают рост, в лучшем случае, как один из эффектов политики, который следует учитывать, а не как цель саму по себе. Даже в тех случаях, когда влияние на экономический рост является положительным, положение общества может ухудшиться. В качестве мысленного эксперимента рассмотрим последствия обязательной 80-часовой рабочей недели: ожидается, что это увеличит экономический рост, но положение общества ухудшится. Тем не менее, поскольку экономическую эффективность нелегко измерить, рост часто будет лучшим альтернативным критерием из имеющихся.

Вопрос о взаимосвязи между размером правительства и экономическим ростом носит долгосрочный характер. Таким образом, полезно проводить различие между краткосрочными колебаниями темпов роста, обусловленными деловым циклом, и долгосрочными, устойчивыми тем-

пами роста экономики. По этой причине аргументы за или против расширения правительства не могут основываться на способности увеличения бюджетного дефицита увеличить совокупные расходы в экономике в краткосрочной перспективе. Обратите внимание, что эти краткосрочные эффекты согласуются с определенными определениями как более крупного правительства (более высокие расходы при постоянных налогах), так и более мелкого правительства (постоянные расходы при более низких налогах).

Долгосрочный рост (увеличение объема производства) вызван увеличением предложения рабочей силы (отработанных часов или количества работников), физического

запаса капитала или производительности. Однако, когда численность рабочей силы растет вместе с численностью населения, это никак не повлияет на рост на душу населения. Рост физического капитала становится возможным за счет национальных сбережений (или заимствований из-за рубежа). Чтобы размер правительства повлиял на долгосрочный рост, он должен повлиять на один из этих трех источников роста. Все четыре типа поведения правительства (расходы, трансферты, налоги и регулирование) потенциально могут влиять на эти три источника роста.

Правительство влияет на экономическую активность по четырем основным каналам (рис. 1):

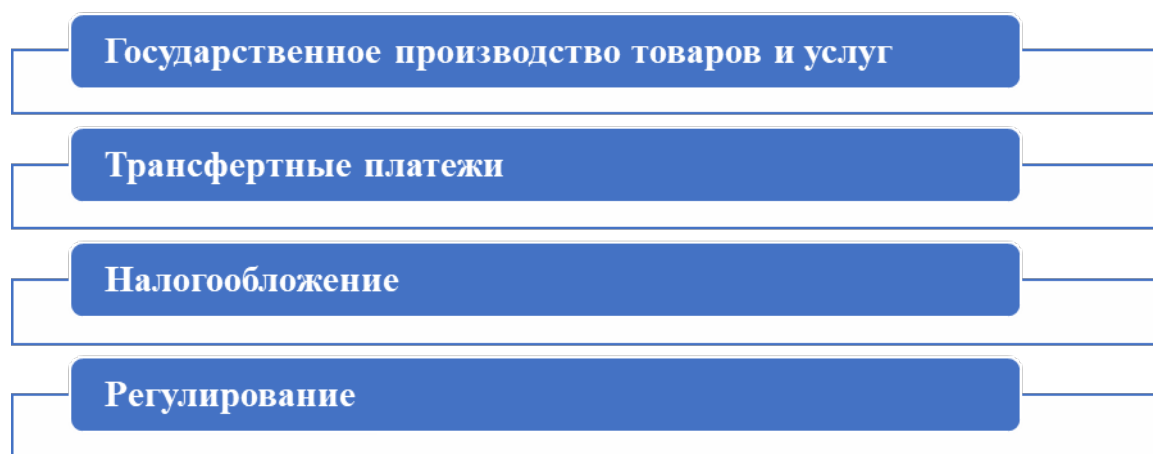


Рис. 1. Каналы влияния на экономическую активность посредством

Измерение размера правительства — непростая задача. Подводя итог, можно сказать, что ни для «большого», ни для «малого» правительства как такового нет экономического обоснования. Не столько размер правительства,

сколько то, что правительство делает со своими расходами, трансфертами, налоговой политикой и регулированием, влияет на экономическую эффективность и рост.

Литература:

1. Гурбангулы Бердымухамедов. Государственное регулирование социально-экономического развития Туркменистана, Ашхабад: 2010;
2. Ла Порта Р., Лопес-де-Силанес Ф., Шлейфер А. и Вишни Р., «Качество государственного управления», Журнал права, экономики и организации, Том 15, № 1, 1999.

Мотивация персонала как повышение производительности труда на предприятиях

Эсенов Сердар Этрекович, преподаватель
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад)

Сотрудники являются важными заинтересованными сторонами в организации. Целью данного документа является изучение эффективности ограничений на вознаграждение работников на предприятиях, политики для работников предприятий.

Ключевые слова: государственная политика, вознаграждения работникам, производительность труда, мотивация.

Трудовая мотивация — это совокупность внешних и внутренних факторов, которые мотивируют работ-

ника выполнять связанные с работой задачи и прилагать к ним максимальные усилия. В целом, это связано с эмо-

циональными условиями и отношениями, которые провоцируют, поддерживают и направляют поведение на рабочем месте. Понимание того, как работает мотивация, важно почти во всех областях, но на рабочем месте это может быть еще важнее. Это связано с тем, что наличие этого фактора положительно связано с другими, такими как производительность на работе или выгоды, получаемые компанией.

Результаты, которых люди достигают в процессе работы, зависят только от знаний, навыков и умений этих

людей и могут быть эффективными, если у сотрудников есть соответствующая мотивация или желание работать.

При создании системы мотивации для сотрудников предприятия существуют мотивационные факторы, которые могут быть созданы самим предприятием (внутренние) и руководством (внешние). Принимая во внимание эти факторы, можно выделить три типа политики стимулирования управления персоналом на стратегическом уровне (рис. 1):

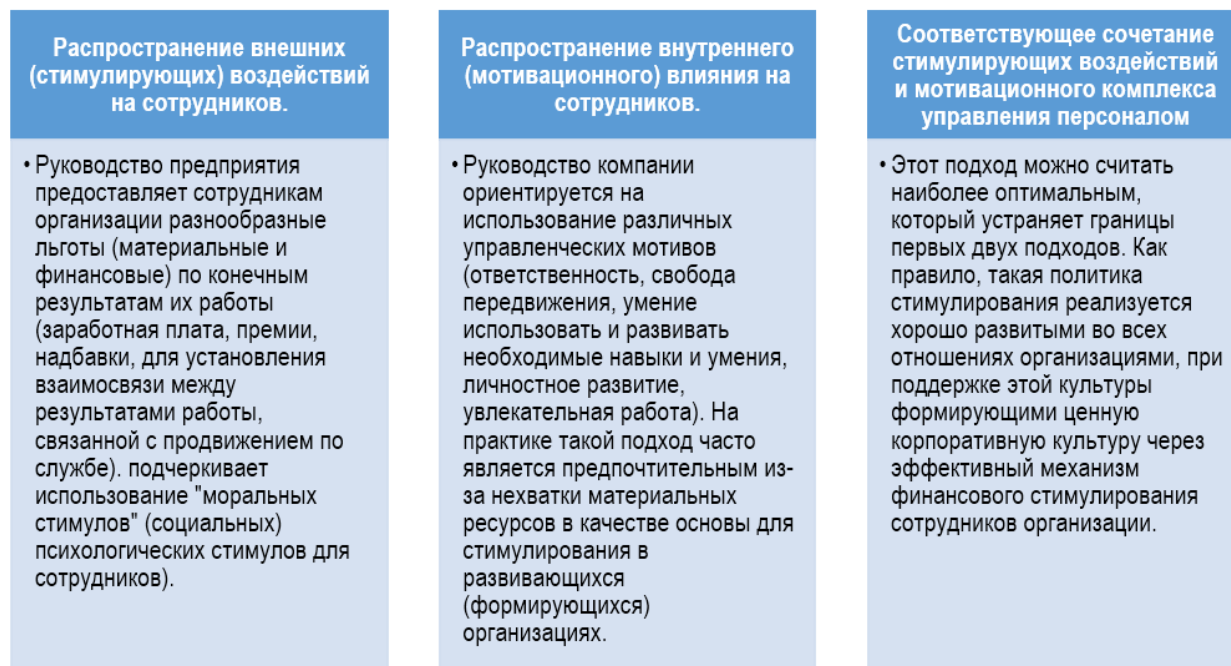


Рис. 1. Типы политики стимулирования управления персоналом

Совершенствование системы мотивации — одно из важнейших направлений работы с сотрудниками. Учитывая соотношение затрат к результатам, рентабельность инвестиций в проекты, направленные на повышение мотивации, является одной из самых высоких.

Имеет практическое значение изучение уровня удовлетворения потребностей человека с целью обоснования организации заработной платы. Однако следует помнить, что трудовая мотивация ориентирована только на это, а заработная плата не в полной мере отражает сложность мотивационного поведения людей. Поэтому необходимо сформировать систему, учитывающую социальные стимулы наряду с материальными стимулами, а не заменяющую один стимул другим — индивидуальные характеристики работника, его меняющееся отношение к труду и производству, а также его ценностные ориентации.

Поведение человека — это его или его восприятие реальности и ожидаемых результатов, связанных с этой ситуацией, а также возможных последствий предпринятых действий, и суть этого подхода полностью отражает теорию ожиданий и теорию справедливости. Таким образом, теория ожиданий основана на том факте, что ра-

ботники ожидают четкой корреляции между затратами на рабочую силу, ее результатами и получаемым вознаграждением.

Основная предпосылка теории справедливости заключается в том, что когда люди видят, что их действия помогают организации достичь заявленных целей (достичь определенных результатов) и, следовательно, вознаграждаются соответствующим образом, люди постоянно сравнивают вознаграждение с затраченными усилиями наряду с разумными и процедурными подходами к мотивации работы, которую другие сотрудники получают за аналогичные усилия, это можно выделить в комплекс, основанный на том факте, что, по мнению автора, это функция целей.

Другими словами, производительность сотрудника зависит от качества целей, величины вознаграждения, выплачиваемого за их достижение, а также от его способности удовлетворять потребности команды. Теоретические исследования по вопросам трудовой мотивации, безусловно, анализируют вышеупомянутые модели экономической науки и деловой практики. Проблема трудовой мотивации характеризуется двумя ос-

новными понятиями, концепцией рационального поведения и концепцией иррационального поведения. Долгое время широко использовалась и развивалась первая концепция, согласно которой «экономический» человек по своей природе стремится удовлетворить собственные интересы и выражается в деньгах или сводится к деньгам. Из-за перспективы материальной компенсации он адаптирует свое поведение к меняющимся условиям экономической среды, придерживается принципов рационализма: ограниченные средства и усилия, затраченные на их получение, позволяют ему производить необходимые расчеты, сравнивать заработную плату и оклады, что заставляет вас выбирать решения и реализацию реакции на определенное поведение. Таким образом, основная идея концепции движущей силы, побуждающей человека активизировать свою трудовую деятельность, — это результат материального,

точнее денежного. В экономической практике это повышение производительности труда нашло отражение в разработке модели использования людей на производстве, которая прочно связана с системой материального стимулирования.

На определенном этапе это понимание, его выводы и практические рекомендации способствовали росту производительности труда, быстрому развитию предпринимательства и бизнеса. Однако практика показывает, что трудовая деятельность людей не всегда связана с материальными благами. Часто они проявляются как «безразличная страсть» или подталкиваются людьми к сформированным в обществе социальным нормам, они являются движущей силой социального признания, социального статуса, социальных отношений, то есть потребности возникают как социальные компоненты. Формы стимулирования сотрудников (рис. 2):



Рис. 2. Формы стимулирования сотрудников

Методы мотивации сотрудников делятся на две группы. Это:

1. Финансовые стимулы;
2. Нематериальная мотивация сотрудников.

Чтобы избежать проблемы увольнения квалифицированного персонала, стимулирование сотрудников должно включать в себя различные методы и нематериальные методы. В каждой группе можно рассмотреть в основном важные методы мотивации сотрудников: Нематериальная мотивация включает в себя более широкий спектр методов (рис. 3).

Есть несколько причин, по которым важно мотивировать работников. С одной стороны, различные исследования показали, что работники, которые чувствуют себя комфортно на своем предприятии, повышают производительность и повышают свой доход. С другой стороны, ряд проблем также будет уменьшен, если удастся соответствующим образом повысить трудовую мотивацию работников. Создание позитивной рабочей среды имеет решающее значение для поднятия компании на более высокий уровень.

<i>Карьерный рост</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Сотрудник стремится работать лучше других, чтобы занять желаемую должность в карьере, а это повышение зарплаты и другой статус;
<i>Хорошая командная обстановка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Приятный дружный коллектив послужит дополнительной мотивацией для эффективной работы;
<i>Трудоустройство и полный социальный пакет</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Являются важными аспектами поиска работы, что является хорошей мотивацией для трудоустройства;
<i>Культурные и спортивные мероприятия</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Совместное развлечение всей команды способствует единению и отлаженному микроклимату, а также предоставляет прекрасную возможность для качественного отдыха и релаксации;
<i>Репутация предприятия</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Работа в компании, название которой произносится на всех языках, также служит стимулом для эффективного сотрудничества;
<i>Возможность обучаться за счет предприятия</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Это отличная возможность повысить свой уровень мастерства;
<i>Слово, одобренное менеджером</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Похвала менеджера бесценна.

Рис. 3. Методы нематериальной мотивации

Литература:

1. Гурбангулы Бердымухамедов. Государственное регулирование социально-экономического развития Туркменистана, Ашхабад: 2010;
2. А. Епанечников, С. Липатова, Особенности трудовой мотивации персонала машиностроительной организации. (2020);
3. С. Агомо, Понимание того, что мотивирует персонал, 280, 545 (2008).

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Обзор инструментов современного PR-продвижения учреждения среднего профессионального образования на примере ГАПОУ Ростовской области «Ростовский колледж рекламы, сервиса и туризма «Сократ»

Головина Ксения Александровна, студент магистратуры
Донской государственной технической университет (г. Ростов-на-Дону)

Данная статья является актуальным отражением исследования на тему применения инструментов современного PR-продвижения для регионального учреждения среднего профессионального образования ГАПОУ РО «РКРСТ «Сократ».

Ключевые слова: продвижение, инструменты, социальные сети, аккаунт, официальный сайт, СПО

Учреждение среднего профессионального образования ГАПОУ РО РКРСТ «Сократ» было создано в 1943 году и за свою долгую историю успело в полной степени зарекомендовать себя с положительной стороны. В число актуальных образовательных направлений, в рамках которых данный колледж проводит выпуск студентов можно считать такие как «сервис», «туризм», а также «реклама». На текущий момент данное учреждение среднего профессионального образования стремится привлекать абитуриентов путем различных современных инструментов PR-продвижения, к которым мы можем отнести официальный сайт, а также аккаунты в социальных сетях.

Более подробно рассмотрим спектр задач, которые решаются за счет официального сайта ГАПОУ РО РКРСТ «Сократ». На текущий момент времени официальный сайт данного учреждения СПО реализует сразу несколько задач, ориентированных на качественное PR-продвижение:

- Ресурс учреждения позволяет информировать целевые группы аудиторий;
- Обеспечивает качественную обратную связь через контакты или чат;
- Формирует имидж учреждения, отражая его политику в области процесса реализации образовательных услуг.

Данная информация может быть использована не только абитуриентами или их родителями в процессе выбора учебного заведения, но также и СМИ, что могут быть заинтересованы в деятельности ГАПОУ РО «РКРСТ «Сократ». Если говорить о самой информации, то на сайте представлены сведения о программах, которые реализуются учреждением. Помимо этого, на сайте размещены такие вкладки как: «дополнительное образование», «жизнь», «помощь студентам» и т. д.

Важность данного сайта также подчеркнута необходимостью учреждения отображаться на интерактивных картах «Яндекс.Картах» города Ростова-на-Дону, что в полной мере упрощает поиск места расположения ГАПОУ РО «РКРСТ «Сократ» для иногородних абитуриентов. Стоит отметить, что здание расположено в историческом центре города.

Обновление сайта происходит с частотой в один-два месяца, что является негативным аспектом использования сайта для данного учреждения. Также, помимо этого, сайт нуждается в полноценной переработке своей визуальной части, поскольку на данный момент времени она выглядит устаревшей. Согласно ресурсам, которые позволяют отслеживать частоту посещений сайта, то большее количество посещений приходится на май (2616), а также на июнь — начало работы приемной комиссии (3012) и август — месяц оглашения списка для абитуриентов, кто прошел конкурсный отбор (7888) [2].

Говоря о присутствии ГАПОУ РО РКРСТ «Сократ» в социальных сетях, мы можем сказать, что учреждение на протяжении нескольких лет успешно использует социальную сеть «ВКонтакте» для организации своего продвижения.

В целом, система SMM в продвижении образовательных услуг учреждения среднего профессионального образования складывается из совокупности тех или иных инструментов и технологий. Так, наиболее популярными сейчас можно считать создание контента, комьюнити менеджмент, работу с аудиториями в социальных сетях, а также элементы геймификации. Особое внимание стоит уделять тому, что на каждую социальную сеть, где отмечается присутствие организации, приходится своя аудитория. Данный аспект является ключевым фактором в процессе учета продвижения образовательных услуг в Российской

Федерации или же имиджа отдельного учреждения СПО в рамках актуальных социальных площадок.

Совсем недавно страница в данной социальной сети подверглась обновлению и обрела новый короткий адрес. Если рассматривать предыдущее сообщество, то оно имело более 3000 участников, однако, не в полной мере удовлетворяло все информационные потребности касательно деятельности учреждения.

На данный момент времени новое сообщество имеет более 100 участников, обновленную шапку и аватар профиля. В первый месяц работы ресурса его уже посетило более 1000 пользователей, что подчеркивает его общую актуальность среди студентов и будущих абитуриентов. Также осуществился переход от более темных тонов к более светлым, чему свидетельствуют текущие визуальные обновления [1].

Что касается контента, который размещается в данном сообществе ГАПОУ РО «РКРСТ «Сократ», то можно отметить:

- Информационные посты;
- Новостные посты;
- Анонсирующие посты;
- Обзоры мероприятий, которые прошли в рамках учреждения;

Администрированием сообщества занимается один человек, впоследствии планируется расширение до трех администраторов. Сейчас ведется разработка блока с фотографиями и видеозаписями, где будут продемонстрированы те или иные выступления студентов учреждения, а также фотографии образовательного процесса, фотографии педагогического состава и т. д.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что описанные нами выше инструменты современного PR-продвижения для учреждения СПО являются крайне важными в процессе информационной открытости, а также создания положительного имиджа организации в сети Интернет.

Литература:

1. Официальный аккаунт ГАПОУ РО РКРСТ «Сократ» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] — URL: <https://vk.com/club217063740>
2. Официальный сайт ГАПОУ РО «РКРСТ «Сократ» [Электронный ресурс] — URL: http://sokrat-r.ru/about/basic_information/

Аспекты интернет-продвижения учреждения среднего профессионального образования на региональном уровне

Головина Ксения Александровна, студент магистратуры
Донской государственной технической университет (г. Ростов-на-Дону)

В данной статье автором рассмотрены аспекты по Интернет-продвижения учреждений среднего профессионального образования на региональном уровне, в частности в городе Ростове-на-Дону.

Ключевые слова: продвижение, учреждение СПО, официальный сайт, социальная сеть, интернет-продвижение

На сегодняшний день сфера реализации образовательных услуг в нашей стране стремительно развивается, о чем свидетельствуют текущие изменения, трансформации и новшества. Большой популярностью пользуются различные образовательные направления, реализуемые на базах учреждений среднего профессионального образования, отдельно стоит отметить популярность ряда направлений по профессиональной переподготовке. Данный аспект в полной мере способствует развитию конкуренции между учреждениями СПО, которая вынуждает их по-новому смотреть на Интернет-продвижение своих услуг.

Так, многие региональные учреждения СПО для организации процесса по привлечению внимания аудитории к своим образовательным услугам в полной мере органи-

зовывают переход от традиционных инструментов (дни открытых дверей, встречи с директором и т. д.) к технологиям Интернет-продвижения. В целом, данный процесс связан с тем, что на текущий момент времени большое количество молодых людей узнает различную информацию, в том числе и об учреждениях СПО, через Интернет. Интернет-продвижение учреждения СПО на региональном уровне может отличаться невысокой ценовой политикой, а также высокой скоростью для распространения всей информационной и имиджевой информации от лица учреждения СПО.

Помимо качественного использования официального сайта и социальных сетей в процессе Интернет-продвижения учреждений СПО, также актуальными выступают инструменты Интернет-рекламы. Перечислим некоторые

их них, что пользуются наибольшей популярностью среди региональных учреждений СПО:

Реклама собственного официального сайта через другие порталы из области образования;

— Продвижение по ключевым запросам, контекстная реклама;

— Реклама на региональных образовательных порталах-сайтах;

— Интерактивные форумы и вебинары, а также прочие активности через аккаунты в социальных сетях;

— Публикации тематических материалов в социальных сетях;

— Сотрудничество с блогерами в сфере образования, приобретение у них рекламных публикаций и иных активностей;

— Рассылки на электронную почту для тех, кто оставил данные во время посещения дней открытых дверей и т. д.;

Также для более качественного применения данных инструментов, многие региональные учреждения СПО разрабатывают собственную стратегию по их применению. Актуальными стратегиями на сегодняшний день можно считать установку дополнительных счетчиков для отслеживания динамики трафика, общую работу по уточнению количества лидов с одного перехода на сайт (в случае, если учреждение СПО приобретает рекламу на поисковых сервисах). Однако более эффективными данные инструменты считаются в том случае, когда в рамках подобной работы их используют параллельно. Дополнительными стратегиями по привлечению абитуриентов региональными учреждениями СПО мы можем считать указание в рекламных сообщениях факта о том, что в текущем году будет проводиться фиксированный набор, количество мест ограничено (обозначим, что данной стратегией пользуется техникум при «РГУПС»); ориентацию на региональный рейтинг учреждений СПО, в котором фигурирует не только имидж самого учреждения, но и рейтинги преподавателей и т. д. (стратегией пользуется колледж экономики, управления и права при ДГТУ); упор на всю уникальность своих образовательных программ (Донской техникум кулинарного искусства и бизнеса).

Такие популярные ростовские учреждения СПО, как ГАПОУ РО РКРСТ «Сократ» и Ростовский-на-Дону колледж связи и информатики предпочитают в рамках Интернет-продвижения актуализировать общую информацию на своих официальных сайтах, а также создавать

качественный контент для социальных сетей. В частности, аккаунт ГАПОУ РО «РКРСТ «Сократ» начитывает более 100 подписчиков и более 1000 просмотров страницы за первый месяц ее работы. На аккаунте в социальной сети «ВКонтакте» представлен, по большей части, информационный контент [1]. Если говорить об аккаунте РКСИ в социальной сети «ВКонтакте», то на ней представлен информационный и новостной контент, а также обзоры ближайших выставок и профильных конкурсов. Сегодня аккаунт насчитывает 8000 подписчиков, собирает большое количество просмотров и лайков на публикации [2]. Но в свою очередь ключевой проблемой в использовании социальных сетей для продвижения региональных учреждений СПО можно считать необходимость привлечения квалифицированных кадров — сторонней организации для реализации плана-проекта, а не привлечение студентов для наполнения страниц каким-либо контентом, что также является региональной особенностью.

Однако несмотря на все положительные стороны в Интернет-продвижении региональных учреждений СПО, описанные нами выше, существует также большое число недостатков, которые также в процессе данной работы необходимо учитывать. Так, среди подобных недостатков нами могут быть отмечены следующие:

— Качественных результатов от реализации интернет-продвижения можно ожидать длительное время. Связано это, чаще всего, с особенностями аудитории, на которую рассчитано продвижение учреждения СПО;

— Даже несмотря на то, что Интернет-продвижение — это один из самых недорогих способов рассказать о своих образовательных услугах, без вложения значительного бюджета обойтись невозможно;

— Подобное продвижение, чаще всего, также может зависеть от тех или иных алгоритмов поисковых системы, а также социальных сетей и т. д.

— Необходимость отдавать данную работу на аутсорсинг в виду чего ее часто проблематично контролировать.

Таким образом, давая заключение вышесказанному, можно говорить о том, что региональным учреждениям СПО резонно продвигать свои образовательные услуги через Интернет. Для того, чтобы данный процесс получался максимально качественно, региональные учреждения СПО создают официальные сайты, а также заводят аккаунты в социальных сетях, под которые разрабатывают особые стратегии.

Литература:

1. Официальный аккаунт ГАПОУ РО РКРСТ «Сократ» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] — URL: <https://vk.com/club217063740>
2. Официальный аккаунт РКСИ в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] — URL: https://vk.com/rksu_college

Рекламные технологии в интернете (понятие, характеристики интернет-рекламы, виды, особенности)

Кирпичева Александра Вячеславовна, студент
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В настоящее время сеть Интернет набирает все большую популярность, а количество пользователей глобальной сети постоянно растет. По данным исследования международной исследовательской группы TNS, ежемесячная аудитория Рунета по состоянию на октябрь 2020 — октябрь 2021 года достигла 87 миллионов человек, что составляет 71 % от всего населения России.

С ростом количества пользователей Интернета растет и объем интернет-рекламы. Начиная с 2017 года, в России затраты на интернет-рекламу впервые превысили затраты на телевизионную рекламу, о чем свидетельствуют данные исследований Ассоциации и коммуникационных агентств России (АКАР).

Несмотря на множество достоинств интернет-рекламы, ее ненавязчивый характер и органичную интеграцию в контент площадки, пользователи не всегда идентифицируют ее, что может сказаться на эффективности данной рекламы, ввести пользователя в заблуждение, относительно рекламного характера данного контента и повлиять на отношение к бренду или площадке. Более того, большинство площадок при маркировке рекламных материалов стараются избегать слова «реклама», и используют слова-заменители, такие как «спонсорский контент», «партнерский материал» и т. д., что также может ввести пользователя в заблуждение.

Ключевые слова: реклама, технологии, интернет, интернет-реклама.

Advertising technologies on the internet (concept, characteristics of internet advertising, types, features)

Kirpicheva Aleksandra Vyacheslavovna, student
Russian State University for the Humanities (Moscow)

Currently, the Internet is gaining more and more popularity, and the number of users of the global network is constantly growing. According to a study by the international research group TNS, the monthly audience of the Runet as of October 2020 — October 2021 reached 87 million people, which is 71 % of the total population of Russia.

With the growth in the number of Internet users, the volume of Internet advertising is also growing. Since 2017, and in Russia, the cost of Internet advertising for the first time exceeded the cost of television advertising, as evidenced by research data from the Association and Communication Agencies of Russia (ACAR).

Despite the many advantages of native advertising, its unobtrusive nature and organic integration into the content of the site, users do not always identify it, which can affect the effectiveness of this advertising, mislead the user about the advertising nature of this content and affect the attitude to the brand or site. Moreover, most sites when labeling native materials try to avoid the words an «advertising» «and use substitute words such as «sponsored content», «affiliate material», etc., which can also mislead the user.

Keywords: advertising, technology, Internet, Internet advertising.

Введение

Реклама, с точки зрения потребителя — это раздражающий фактор, который доставляет ему неудобства. При этом одним из важнейших качеств, которое определяет эффективность рекламы, является привлечение внимания потребителей. Таким образом, на современном рекламном рынке появляется необходимость внедрения новых форматов, которые будут с одной стороны, вовлекать потребителя в коммуникацию с брендом, а с другой, не раздражать его. Одним из таких форматов является интернет-реклама.

С ростом популярности рекламных форматов на современном рекламном рынке появилось несколько понятий, которые смешивают между собой и путают даже профес-

сионалы. Интернет-рекламу часто называют «джинсой» (в англ. языке — «advertorial») или «скрытой рекламой» однако эти понятия значительно отличаются от понятия «интернет-рекламы», что обуславливает необходимость четкого определения понятия данного термина и разграничения с псевдо рекламными форматами. Одно из самых крупных рекламных агентств BBDOGROUP дает следующее определение интернет-рекламе — «это реклама, которая выглядит естественно в окружении не рекламного контента: органично вписывается в оформление страницы, а ее содержание соответствует наполнению страницы». Исходя из данных определений можно выделить несколько признаков интернет-рекламы [4, с. 22]:

— Вписана в контент площадки, на которой размещена.

— Соответствует форматам, форме и дизайну площадки.

— Выглядит как часть сайта, не вызывает ощущения инородности и навязчивости.

Таким образом, интернет-реклама должна обеспечивать пользователям тот же опыт, что и при взаимодействии с другими элементами сайта. При этом, общепринятого стандартного определения данное понятие не имеет.

1. Понятие и виды рекламных технологий в интернете

Согласно совместному исследованию компании IAB и аналитического центра Edelman Berland пользователи считают спонсорский контент самым интересным среди всех видов онлайн рекламы, которые они когда-либо встречали. При этом, интернет-рекламу в Интернете россияне чаще всего встречают на следующих площадках [5, с. 6]:

— Социальные сети (Вконтакте, Одноклассники и другие);

— Онлайн-СМИ;

— Поисковые системы;

— Блоги (LiveJournal, YouTube).

Различные исследования пророчат интернет-рекламе большое будущее, выделяя при этом самые перспективные на данный момент форматы распространения. Бюро интерактивной рекламы IAB выделяет следующие наиболее эффективные каналы распространения интернет-рекламы:

— Реклама в поисковой выдаче Yandex или другого поисковика — рекламное сообщение, которое соответствует поисковому запросу пользователя и визуально похоже на органическую выдачу поисковика. Несмотря на то, что обычно рекламные ссылки выделяются подписью «реклама» или другим цветом, исследование британской консалтинговой компании Bunny Foot, основанное на айттрекинге, показало, что 40 % не понимают, что это реклама.

— Оплаченный контент, который отображается в ленте новостей в социальных сетях, например Вконтакте. Рекламный пост в ленте выглядит практически так же, как «не рекламный», однако он таргетирован на данного пользователя и может его заинтересовать.

— Блоки рекомендательного контента — блоки на которых указано «читайте также» со ссылками на статьи и рекламные публикации. Обычно, после прочтения статьи пользователю предлагается еще несколько статей со схожей тематикой, как правило одна из них является рекламной.

— Объявления, продвигаемые площадкой. Обычно такие объявления ничем не отличаются от других, однако пользователь видит их первыми, и они выделены цветом, либо пометкой о рекламе [2, с. 2].

2. Особенности интернет-рекламы

За последние несколько лет объем рынка интернет-рекламы вырос на 600 %, о чем свидетельствуют данные

платформы ADHIVE. Основными причинами такого роста являются [1, с. 2]:

— Устаревание традиционного маркетинга. Телевизионная аудитория становится старше, люди до 24 лет смотрят телевидение на 33 % реже, чем в 2010 году. Продажи печатной и радиорекламы уменьшаются с каждым годом, они сталкиваются с жесткой конкуренцией со стороны цифровых медиа.

— Баннерная слепота. 1903 — среднее количество рекламных сообщений, которое видит пользователь в месяц, однако только 8 % Интернет-пользователей смогут вспомнить последний бренд, рекламу которого они видели. При этом, 50 % пользователей никогда не нажимают на рекламные объявления.

— Возрастающее использование блокировщиков рекламы. 11 % интернет-пользователей по всему миру блокируют рекламные сообщения. С каждым годом количество пользователей, использующих блокировщики возрастает на 30 %. Таким образом, интернет-реклама на данный момент — это один из способов справиться с кардинальными изменениями на рекламном рынке. Согласно исследованию IAB Russia интернет-реклама входит в топ 10 самых используемых рекламных форматов и является самым перспективным рекламным форматом по версии рекламодателей. Специалисты связывают такой всплеск активности интернет-рекламы с ростом популярности социальных сетей, поскольку именно на этих площадках интернет-реклама выглядит наиболее органично. Согласно данным IAB Russia Digital Advertisers Barometer, в 2021 году в России использование интернет-рекламы среди диджитал-инструментов выросло в 1,6 раза. В конце 2021 года ее использовали 45 % крупных рекламодателей, и еще 36 % планировали начать делать это в ближайшее время. Стоит отметить, что интернет-реклама более популярна среди компаний — производителей (в сравнении с компаниями-ритейлерами и сервисами). Таким образом, как в США, так и в России спрос на интернет-рекламу продолжает расти с каждым годом. Одно из самых крупных рекламных агентств в мире BBDOGROUP выделило основные преимущества интернет-рекламы [3, с. 8]:

— Рекламные блоки в интернет выглядят как часть контента сайта и не вызывают ощущения инородности.

— Она эффективна.

— Она не дорогая и быстрая в производстве.

— Это кроссплатформенный формат.

— Интернет-реклама не блокируется блокировщиками.

— Это самый нераздражающий для читателя формат.

— Это дополнительный трафик».

3. Направления развития рекламных технологий в интернете

Анализ развития рекламных технологий позволил выявить следующие тенденции изменения рекламы в интернете:

— Персонализация рекламных предложений на основе анализа с применением нейронных сетей истории

поисковых запросов и формирования цифрового портрета интернет-пользователя;

— Ориентация на формирование спроса у целевой аудитории спроса на предлагаемый продукт;

— Смена методологии позиционирования на яркий видеоряд вместо баннерной рекламы.

Все это позволяет говорить об углублении внедрения цифровых технологий в рынок интернет-рекламы.

Выводы

В последнее время интернет-реклама занимает лидирующие позиции на рекламном рынке, именно поэтому она была выбрана в качестве анализа в данной статье. Анализ применения рекламных технологий в интернете выявил следующие ее особенности.

Восприятие интернет-рекламы пользователями зависит от комплекса факторов, именно поэтому рекламодактору и площадке важно вовремя выявлять и учитывать их. При этом, очень важно грамотно помечать интернет-рекламу, чтобы не ввести пользователя в заблуждение, ведь это влияет не только на восприятие интернет-рекламы, но и на ее эффективность.

Несмотря на то, что бюджеты на интернет-рекламу с каждым годом растут и интернет-реклама, как инструмент продвижения, является довольно эффективной, некоторые исследования говорят о том, что уровень доверия к ней снижается.

Маркетинговое агентство Contently провело исследование среди Интернет-пользователей США и выявило, что материалы, которые создаются в партнерстве с брендами, просматривает только 35 % пользователей, когда оригинальный редакционный контент просматривает около 70 % аудитории. При этом глубина просмотра спонсорского контента ниже. Более того, больше половины участников исследования признались, что не доверяют спонсорскому контенту. Исследование показало, что больше половины (66 %) пользователей, хотя бы раз чувствовали себя обманутыми, когда понимали, что контент, который они просматривают, является рекламным. Из-за этого, более половины респондентов предпочли бы баннерную рекламу, вместо нативной, ведь баннеры легче идентифицировать как рекламу и вовремя игнорировать. Однако 25 % пользователей выбрали бы интернет-рекламу, потому что их раздражают баннеры.

Таким образом, многие пользователи не до конца доверяют интернет-рекламе и воспринимают ее негативно. Именно поэтому важно выявить факторы, которые влияют на восприятие пользователями спонсорского контента, ведь даже качественно сделанная интернет-реклама, размещенная на тематическом сайте, но схожая с редакционным контентом, может ввести пользователя в заблуждение, относительно рекламной сущности данного кон-

тента, и негативно повлиять на восприятие пользователем данной рекламы.

Существует множество факторов, которые могут повлиять на восприятие интернет-рекламы потребителями. И в первую очередь — это отношение к площадке, которая размещает рекламу. Если пользователь доверяет площадке, размещающей спонсорский контент, считает ее авторитетной и проверенной, то и отношение к интернет-рекламе, размещенной на данной площадке, будет более позитивное.

Еще одним важным фактором является отношение к бренду, реклама которого размещена. Если у бренда, разместившего рекламу, уже существует имидж эксперта в отрасли, и пользователи ему доверяют, то и восприятие рекламы, которую разместит данный бренд, будет позитивнее.

Более того, важным фактором является понимание потребностей и желаний целевой аудитории. Если реклама бренда релевантна интересам ЦА — это будет способствовать позитивному восприятию как бренда, так и спонсорского контента, созданного в партнерстве с данным брендом.

Помимо понимания потребностей и желаний, важно учитывать особенности целевой аудитории, такие как возраст, география, образование, пол, образование и так далее. При этом, очень важны характеристики самого рекламного контента. Он должен соответствовать тематике площадки и ее дизайну, ведь он должен восприниматься пользователями как естественная «поточковая» публикация. Должны быть сохранены все те же функции, которые присутствуют на площадке, спонсорский контент должен функционировать также, как и все остальные элементы страницы, на которой он размещен. Таким образом, подача интернет-рекламы не должна никак отличаться от редакционного контента, важно четкое совпадение дизайна, стиля речи и других отличительных особенностей Интернет-площадки, размещающей спонсорский контент.

Таким образом, существует множество факторов, которые могут повлиять на восприятие интернет-рекламы аудиторией. Однако есть второстепенные факторы (цвет, шрифт, стиль письма автора и т. д.), которые зависят от индивидуального восприятия каждого человека и которые невозможно предугадать и учесть. При создании рекламных материалов стоит учитывать все вышеперечисленные факторы, ведь если один из них будет не соответствовать ожиданиям аудитории, это может спровоцировать негативное отношение читателей к материалу, площадке и даже бренду несмотря на то, что остальные факторы будут восприниматься позитивно.

Литература:

1. Нативная реклама VS. Контент — маркетинг: в чем разница? // [Электронный ресурс] // URL: <https://semantica.in/blog/nativnaya-reklama-vs-kontent-marketing-v-chyom-raznica.html> (дата обращения: 28.10.2022)

2. Нативная реклама: история и цифры // Spark. // [Электронный ресурс] // URL: <https://spark.ru/startup/sociate-ru/blog/18020/nativnaya-reklama-istoriya-i-tsifry> (дата обращения: 28.10.2022).
3. Сравнение интернет-рекламы с традиционными медиа технологиями // Рекламные агентства Goldfish media. // [Электронный ресурс] // URL: <http://ra-goldfish.com/sravnenie-nativnoj-reklamy/> (дата обращения: 28.10.2022).
4. Becker-Olsen, K. And Now, A Word from our Sponsor: A Look at the Effects of Sponsored Content and Banner Advertising. // Journal of Advertising. — 2021. — с. 17–35.
5. Wojdyski, B.W. (2022). Native advertising: Engagement, deception, and implications for theory. In R. Brown, V. K. Jones, and B. M. Wang (Eds.), *The New Advertising: Branding, Content and Consumer Relationships in a Data-Driven Social Media Era* (pp. 203–236). Santa Barbara, CA: Praeger/ABC Clío.

Advertising attractiveness and its importance in advertising strategy

Klovanich Yulia Dmitrievna, student master's degree
Tyumen Industrial University

The article contains information about the features of the advertising campaign.

Keywords: advertising, advertising campaign, sociology, society, social environment, psychology.

Рекламная привлекательность и ее важность в рекламной стратегии

Клованич Юлия Дмитриевна, студент магистратуры
Тюменский индустриальный университет

Статья содержит информацию об особенностях проведения рекламной кампании.

Ключевые слова: реклама, рекламная кампания, социология, общество, социальная среда, психология.

The concept of the attractiveness of advertising is divided into economic attractiveness and psychological. The economic attractiveness of advertising is the economic result obtained from the use of an advertising medium or the organization of an advertising campaign. This result is usually determined by the ratio between the gross income from additional turnover as a result of advertising and advertising costs. Psychological attractiveness is the degree of influence of advertising on a person (attracting the attention of buyers, memorability, etc.).

Main points

To study the effect of the psychological impact of advertising on buyers, methods based on accounting and assessing the nature of the impact of individual advertising media on a person are used. The effectiveness of the psychological impact of advertising media is characterized by the number of customer coverage, the brightness and depth of impressions that these media leave in the memory of a particular person, the degree of attraction of his attention. The effectiveness of the psychological impact of advertising on the consumer can be determined by observation and experimentation. The method of observation is passive in nature, since the observer does not influence the buyer in any way. With the experimental method, the experimenter can create a variety of combinations of advertising media and, by receiving feedback from the consumer, choose the most successful of them.

Attractiveness depends on many factors, so we will highlight only the most significant ones in modern enterprises. Including we are talking about such factors as: total organic reach, selection of the target audience, information content, control over the progress of the advertising campaign, campaign mobility and ease of use [1].

As soon as the consumer realizes his need for the advertised product, he is ready to make a decision about its purchase. The task of marketing when planning promotional events is to correctly determine the target audience and the means of conveying information about the product. Do not try to force the buyer to purchase the product by force, but to facilitate his independent decision to purchase [2].

All promotional activities in the aggregate, aimed at a specific target audience, are called an advertising campaign. An advertising campaign is a set of promotional activities developed in accordance with a marketing program and aimed at consumers of goods representing the relevant market segments in order to evoke their reaction, which contributes to the decision of the manufacturer of its strategic or tactical tasks [3].

An advertising strategy can contribute to the solution of the tasks set. Advertising strategy is a strategy of the optimal form, content, time and way of delivering a mass advertising message to a specific audience, which is part of the implementation of a communication marketing strategy. The purpose of

the advertising strategy is to achieve a certain communication effect in the audience in contact with the advertising message and encourage it to the target behavior. Strategy refers to the goal it serves as a plan towards an end result. The strategy is always subordinate to the set goal, which is separated in time, determines the path for its achievement and is a guide to current and planned actions [4].

The structure of any strategy, in general terms, can be reflected as follows:

- analysis of the current situation;
- setting desired goals;
- development of an action plan necessary to achieve the set goals, taking into account the available resources and capabilities;
- efficiency mark.

Comparison of the activity plan with the actual state of affairs, making adjustments, tracking changes.

E. V. Romat wrote that the main components of an advertising strategy are:

- 1) target audience;
- 2) the subject of advertising, the concept of the product;
- 3) development of advertising communication channels;
- 4) advertising appeal [5].

The target audience is the addressee of advertising communication. As a rule, it includes current and potential consumers of the goods and services offered, but it is not always the final consumer who makes the purchase decision. For example, advertisements for children’s toys should be directed more towards parents, since they are the ones who make the decision to buy them. Such features are inherent in some groups of goods, therefore, such features must be taken into account and influenced not only by consumers, but also by those who make a purchase decision.

When forming an advertising strategy, it is necessary not only to have a specific idea of the subject of advertising, but also to form the concept of the advertised product or service. In this context, the concept refers to how advertising presents the product to the target audience.

To formulate the concept, it is necessary to understand how the product is positioned on the market, what are its distinctive features, take into account not only its features, but also the features of competitors and the situation on the market as a whole. It is worth emphasizing that an effective advertising appeal should be based on a «strong» advertising id. her. The task of the advertising manager is to ensure that these elements are clearly aligned with the objectives of the advertising and marketing strategies, as well as the characteristics of other elements of the advertising strategy.

Types of advertising strategy

An advertising strategy can be implemented in detailed operational plans for advertising campaigns. At each stage of planning, the results of planning at earlier stages are evaluated. If possible, plans are promptly adjusted or measures are developed to improve marketing work. [eleven]

There are four types of advertising strategy:

1. Consistently constant.

2. Impulse.
3. Seasonal.
4. Flight.

Consistently constant promotion consists in the uniform and continuous distribution of advertising messages with a constant weight during the calendar period. This strategy is the most resource-intensive, but it provides the maximum increase in consumers and allows you to maximize and retain brand knowledge in the minds of consumers. This strategy is used in the promotion of large brands, in a highly competitive environment.

Impulse promotion — placement of advertising messages at regular intervals for a certain calendar period. The complexity of the implementation of this strategy lies in the need to accurately determine the intervals between advertising messages. Intervals should be chosen in such a way that between them the level of accumulated knowledge about the organization is maintained in the minds of consumers.

Seasonal promotion involves the placement of promotional materials during periods of peak seasonal activity. Using this type of promotion, it is necessary to correctly determine the beginning of the advertising campaign, so that by the beginning of sales, the consumer has already formed the image of the advertised object. This strategy is used in the promotion of goods and services with a pronounced seasonality of use: ice cream, soft drinks, hotels, travel packages.

Flight placement or dash strategy. This strategy consists in placing the most significant advertising materials with high weight and high frequency of display at the very beginning of the advertising campaign, followed by a decrease in activity. Such actions are relevant for launching a new product or entering the market, since advertising messages with a high weight allow you to quickly occupy an interesting position in the market.

Types of marketing tools

There are three types of marketing tools that a company can use in an advertising strategy when interacting with an audience: tools that stimulate sales growth (outdoor advertising, mailing lists, etc.); personalized tools (special prices for certain customer groups, direct communication in social networks, etc.); image communication tool (charity, holding various events, etc.) [1].

The following tools can be distinguished that allow promoting the company’s product on the market in the process of the company’s advertising strategy: managing the company’s reputation, promotion in social networks, e-mail marketing, holding promotions, drawings and contests, discount and bonus cards, holding various events [2].

It is important to choose a communication channel when developing an advertising strategy. A specific channel is best suited to achieve each goal: personal selling, sales promotion, propaganda, or advertising. Therefore, it is very important to make the right choice. Currently, traditional marketing has changed significantly, as consumer behavioral characteristics are changing in today’s digital environment. There are new points of contact between the brand and the buyer in the pro-

cess of choosing a product, the relationship between the company and the client becomes more partnership and personalized.

Conclusion

So, an advertising strategy is an important part of the organization's image management process — it allows you to draw

up a detailed plan for the organization's contact with target audiences, plays the role of an activity plan to convey the company's vision to consumers, allows you to track the public's reaction to the organization's activities, evaluate the effectiveness of certain methods of delivering a message and choose the most effective ones.

References:

1. Grekova A. Communication strategy: why is it necessary and how to build [Electronic resource] — <https://esputnik.com/blog/kommunikacionnayastrategiya-zachem-nuzhna-i-kak-postroit> (date of the application 04.11.2022)
2. Vorona A. A. Marketing tools for organizing Internet commerce [Text]// Uchenye zapiski St. Petersburg named after V. B. Bobkov branch of the Russian Customs Academy. — 2020. (date of the application 05.11.2022)
3. Vector of the economy [Electronic resource]. — The concept of enterprise competitiveness and ways to achieve it: — Access mode: http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2016/5/Economicsmanagement/Gribanova_Khromtsova.pdf (date of the application 05.11.2022)
4. Romanyuk Yu. V. Methods of formation and implementation of marketing communication strategies // Scientific works of the Moscow University for the Humanities. — 2020. (date of the application 06.11.2022)
5. Ilyina S. I. Implementation of the optimal communication strategy in the conditions of the information network economy // Actual problems of economics, commerce and service. — 2020. (date of the application 07.11.2022)

ПРОЧЕЕ

Диагностика различных типов легковоспламеняющихся жидкостей, обнаруживаемых на поверхности резиновых автопокрышек при расследовании пожаров автомобилей

Паксиватов Константин Александрович, студент магистратуры
Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы МЧС России

В данной статье рассмотрены признаки, по которым можно судить о поджоге автомобиля. Проведено исследование автомобильной покрышки различными инструментальными, полевыми и лабораторными методами с целью выявления легковоспламеняющейся жидкости на её поверхности, а также определён выбор более оптимального метода для проведения исследования.

Ключевые слова: газо-жидкостная хроматография (ГЖХ), флуоресцентная спектроскопия (ФС), горюче-смазочные материалы (ГСМ), автомобильная покрышка, светлые нефтепродукты.

Diagnosis of various types of flammable liquids found on the surface of rubber tires during the investigation of car fires

Paksivatov Konstantin Aleksandrovich, student master's degree
St. Petersburg University of the State Fire Service EMERCOM of Russia

This article discusses the signs by which it is possible to judge the arson of a car. The study of a car tire by various instrumental, field and laboratory methods was carried out in order to identify a flammable liquid on its surface, and the choice of a more optimal method for conducting the study was determined.

Keywords: Gas-liquid chromatography (GLC), fluorescence spectroscopy (FS), petroleum products (PP) fuels and lubricants (POL), automobile tire, light oil products.

Автомобиль является довольно специфическим и достаточно сложным объектом для исследования и установления причины пожара.

Причины возникновения пожаров на автотранспортных средствах можно разделить на следующие:

при эксплуатации — наиболее частыми причинами пожаров автомобилей являются неисправности топливной и электрической систем автомобиля, реже пожары возникают в результате нарушения герметичности элементов выпускной системы двигателя и гидравлического оборудования;

при проведении ремонтных работ — из-за неосторожного обращения с огнем, нарушения правил пожарной безопасности в технологических процессах, в результате несоблюдения правил пожарной безопасности при проведении сварочных работ, незнания лицами, произ-

водящими ремонт или обслуживание, конструктивных особенностей автомобиля; на стоянках (в гаражах) — в результате неосторожного обращения с огнем, нарушения правил пожарной безопасности при пуске двигателя, эксплуатации теплогенерирующего и электрооборудования;

пожары, вызванные поджогами — причиной является занесенный источник открытого огня, как правило, с применением иницирующих горение жидкостей (легковоспламеняющихся или горючих).

Признаками, по которым можно судить о поджоге автомобиля, являются нахождение автомобиля на стоянке при выключенном двигателе и отключенном электрооборудовании, нахождение очага пожара, как правило, оно находится внутри салона, багажного отделения автомобиля или снаружи автомобиля. При этом, сам по себе автомобиль имеет в своей комплектации множество легко

воспламеняемых и горючих жидкостей, которые при возникновении пожара, независимо от места расположения его очага (моторный отсек, салон, багажный отсек и т.п.), могут попадать (стекают) на резиновые автопокрышки (колёса), которые в свою очередь, при расследовании причин пожара могут дать информацию об инициаторах горения, используемых поджигателем, при рассмотрении причины пожара — поджог.

Анализ причин пожаров в автотранспортных средствах показывает, что они в первую очередь характеризуются своей быстротечностью. Это обусловлено применением при изготовлении и эксплуатации автомобилей большого количества легкогорючих материалов, таких как: моторное топливо (бензин, дизельное топливо, сжиженный газ), смазочные материалы (различные масла), резинотехнические изделия (уплотнения, шины, коврики и др.), облицовочные, обивочные и изоляционные материалы (органическое стекло, полистирол, пенополиуретан, полиэтилен, винилискожа, бумажно-слоистый пластик и др.).

Поджоги, чаще всего, совершаются с использованием доступных легковоспламеняющихся и горючих жидкостей, таких как бензин, дизельное топливо и их смеси. Нередко возникают проблемы дифференциации основных версий возникновения горения, связанных с воспламенением интенсификатора горения от источника открытого огня и загорания автомобиля в результате разгерметизации его топливной системы. Установление причины возникновения пожара в данном случае сопряжено с рядом трудностей, обусловленных уничтожением объектов и признаков, способствующих исследованию его причины, а также разнообразием моделей автомобилей, имеющих определенные особенности компоновки, устройства технических систем, влияющих на возникновение и распространение пожара [1].

Зачастую в литературе описываются случаи, в которых при расследовании пожаров, было установлено, что при поджогах жидкий интенсификатор горения был принесён внутрь салона автомобиля после разбития одного из ограждающих его стекол, как правило, боковой двери, либо снаружи на капот, на середину или низ ветрового стекла, реже — на крышу автомобиля, крышку багажника, заднюю дверь, под заднее крыло или вовсе под сам автомобиль, в некоторых случаях одновременно в два и более мест [2]. В работе [3], в серии экспериментов было проведено моделирование разлива легко воспламеняющихся и горючих жидкостей при совершении поджога путем выплескивания на автомобиль жидкости в объеме от 1 до 10 литров с разных положений (на лобовое стекло, капот, сбоку, на заднее стекло). Было установлено, что основное количество жидкости отводится сливными каналами и стекает на грунт в районе передних колес автомобиля, часть жидкости стекает по капоту и крыльям [4]. Вместе с тем, при стекании идентификатора горения на грунт в районе передних колес автомобиля, его часть, логически, может попадать на по-

верхность резиновых автопокрышек автомобиля. При этом следы идентификатора горения могут быть выявлены при исследовании фрагментов резиновых автопокрышек в лабораторных условиях испытательных пожарных лабораторий.

В связи с вышеизложенным, объектом исследования была выбрана всесезонная не шипованная радиальная резиновая бескамерная шина для легкового автомобиля.

В то же время стоит упомянуть о том, что на практике, у экспертов, при производстве экспертиз по пожарам, ввиду компактности расположения узлов и агрегатов, быстротечности процесса горения, а также из-за сильного повреждения, а порой и полного уничтожения следов на объектах-носителях, возникают серьезные трудности.

Из различных фракций нефти, путем дополнительного разделения и химической переработки разной степени глубины (крекинг, риформинг, платформинг и др.), получают жидкие нефтяные топлива (бензины, дизельные топлива и т. п.), масла, растворители для лаков, красок и пр. Все они являются легковоспламеняющимися или горючими жидкостями и потому на стадиях возникновения и развития горения выполняют функции топлива.

В экспертной практике чаще всего приходится сталкиваться с нефтепродуктами, полученными из легких нефтяных фракций (моторными бензинами и бензинами-растворителями), а также керосинами и дизельными топливами, полученными из среднестиллятных фракций нефти. Они применяются злоумышленниками в качестве доступных и эффективных средств поджога, их непреднамеренный розлив или утечка также могут привести к образованию взрывоопасной паровоздушной среды и возникновению пожара (взрыва).

При экспертном исследовании остатков легковоспламеняющихся жидкостей после пожара решаются, как известно, диагностические и идентификационные задачи. Диагностические задачи подразумевают, во-первых, обнаружение на месте пожара следов легковоспламеняющихся жидкостей, а во-вторых, установление их групповой принадлежности, типа, марки.

Идентификационные задачи включают подробный анализ химического состава обнаруженных легковоспламеняющихся и горючих жидкостей, и сравнение его с конкретными аналогами для установления их общности.

Для исследования остатков легковоспламеняющихся жидкостей, использованных в качестве средств поджога, в лабораторных условиях применяют различные инструментальные методы [6, 7].

Наиболее часто в качестве средства поджога поджигатели используют легковоспламеняющиеся и горючие жидкости — так называемые «традиционные» инициаторы горения. Инициаторы горения условно разделяются на две группы: легковоспламеняющиеся и горючие жидкости; специальные составы.

Целью работы явилась диагностика различных отдельно взятых образцов легковоспламеняющихся жидкостей, обнаруживаемых на фрагментах резиновой авто-

покрышки различными инструментальными полевыми и лабораторными методами.

Как было описано выше, наиболее часто встречаемые очаги возгораний при поджогах автомобилей, регистрируются в их моторных отсеках, при этом в подавляющем большинстве случаев, жидкость, используемая при поджоге, представляет собой светлые нефтепродукты (бензин, дизельное топливо), и, может частично попадать (оставлять следы) на внутреннюю часть передних колёс. При этом, автомобильную покрышку, в целом, саму по себе сложно поджечь, т. к. температура, при которой может произойти воспламенение, составляет 330–350°C, самовоспламенение автопокрышек практически невозможно. Исходя из этого, при проведении экспертиз по пожарам (поджогам) автомобилей, при диагностике различных типов легковоспламеняющихся жидкостей, обнаруживаемых на поверхности резиновых автопокрышек, целесообразно предполагать, что:

- 1) предположительно поджигатель использовал светлые нефтепродукты;
- 2) целесообразно исследовать газо-воздушную смесь в их зоне внутренней части передних колес автомобиля, для подтверждения первоначальной гипотезы о природе инициатора горения;
- 3) целесообразно подготавливать объекты для исследования из внутренней поверхности автомобильных покрышек передних колес автомобиля. При этом, логично обозначать места верхнего края автомобильной резиновой покрышки мелом на объекте-носителе непосредственно на месте пожара (поджога) при осмотре автомобиля. Это позволит оптимизировать и наиболее эффективно организовать работу по подготовке объектов для исследования после транспортировки автомобиля с места пожара (поджога).
- 4) при горении резиновые автопокрышки, как и любые изделия из углеводородов распадаются, образуя в основном углекислый газ, воду и неактивный осадок, исходя из чего, при полном их сгорании, исследовать места их бывшего расположения как объект исследования — не целесообразно.

При проведении экспериментальных исследований, по диагностике различных типов легковоспламеняющихся жидкостей, обнаруживаемых на поверхности резиновых автопокрышек, были выбраны два типа легковоспламеняющихся жидкостей: бензин АИ 92 и зимнее дизельное топливо, также для исследований были применены следующие методы:

- метод исследования фотоионизационным детектором «Колион-1В»;
- метод исследования газоанализаторами, работающими по линейно-колористическому принципу (стеклянные индикаторные трубки);
- метод исследования спектрофлуориметром «Флюорат Панорама»;
- метод исследования газовым хроматографом «Хроматэк Кристалл 5000.2».

Объектом исследования была выбрана всепогодная нешипованная радиальная резиновая бескамерная шина марки Medved с маркировкой Я-537 195 R14 106/104R, для легкового автомобиля произведённая в ОАО «Ярославский Ордена Ленина и Ордена Октябрьской Революции шинный завод» — крупнейшем производителе шин центрального региона России, ведущем предприятии Холдинга ОАО «СИБУР — Русские шины» (далее — резиновая автопокрышка).

При подготовке к исследованиям резиновая автопокрышка была разделена на ряд фрагментов одинакового размера (шириной 10 см и длиной 12 см).

Для проведения практической части были взяты следующие жидкости:

- Гексан химический чистый (C_6H_{14}) (гексан ОСЧ) компании производителя Криохром — ТУ 2631-001-80529938-2015 (далее — гексан ОСЧ);
- неэтилированный бензин марки Регуляр-92 по ГОСТ Р 5105-97 (автомобильный бензин АИ-92-К5) производитель АО «ННК — Хабаровский НПЗ»;
- топливо дизельное ЕВРО класс 2 — вид III — зимнее ГОСТ Р 52368-2005 (ЕН 590:2009) с изменением 1 ТР ТС 013/2011 производитель АО «ННК — Хабаровский НПЗ».

В ходе проведения исследования, было выявлено, что, при диагностике легковоспламеняющихся жидкостей обнаруживаемых на поверхностях резиновых автопокрышек, при проведении экспертиз по пожарам, некоторые методы исследования являются не информативными. Так например, метод спектрофлуорисценции, по положению и соотношению максимумов флуоресценции показывает практически полное совпадение спектров легковоспламеняющихся жидкостей со спектром резины, из которой состоит сам объект исследования. Хотя проведённые первоначально методы исследования паровоздушной смеси над объектом исследования — резиновой автопокрышкой, выдают реакцию приборов, указывая на наличие тех самых легковоспламеняющихся жидкостей. Метод же хроматографического анализа, явился абсолютно эффективным из всех рождаемых в рамках настоящей дипломной работы.

При проведении экспертиз по расследованию пожаров автомобилей, при диагностике различных типов легковоспламеняемых жидкостей, обнаруживаемых на поверхности резиновых автопокрышек, логичным было бы исключить метод спектрофлуорисценции и, не теряя драгоценного для эксперта времени, после этапа исследования паровоздушной смеси, и обнаружения паров каких-либо нефтепродуктов, незамедлительно переходить к этапу хроматографического анализа, для их идентификации.

В целом, процесс диагностики различных типов легковоспламеняющихся жидкостей, обнаруживаемых на поверхности резиновых автопокрышек при расследовании пожаров автомобилей усложнён по ряду причин. Во-первых автомобиль сам по себе является объектом быстрого распространения огня, так как имеет в своей

комплектации множество горючих веществ и материалов. Во-вторых, по статистике, на момент прибытия первых боевых пожарных расчётов на место возгорания, зачастую автомобиль выгорает практически полностью, при этом, естественно, резиновые автопокрышки подвергаясь горению выгорают полностью, образуя в основном углекислый газ, воду и неактивный осадок. Исходя из чего, при полном их сгорании, исследовать места их бывшего расположения как объект исследования — не целесообразно. В-третьих в подавляющем большинстве случаев, местами поджогов автомобилей являются места расположенные вблизи моторного отсека и салона автомобиля. Установленным же очагом возгорания автомобиля, таким как резиновая автопокрышка, по статистике, насчитыва-

ются относительно крайне мало случаев. Вероятно, это связано с тем, что сама по себе резиновая автопокрышка не является быстро возгорающимся предметом, а место её расположения в конструкции автомобиля, является таковым, что, по близости практически отсутствуют жидкости, способные привести к быстрому воспламенению от инициатора горения. Исходя из этого, инициаторы горения в большинстве случаев, могут лишь частично попасть (стечь) на резиновые автопокрышки.

Несмотря на все возникающие сложности, диагностика различных типов легковоспламеняющихся жидкостей, обнаруживаемых на поверхности резиновых автопокрышек при расследовании пожаров автомобилей имеет важное значение в работе специалиста-эксперта.

Литература:

1. Чешко, И. Д., Скодтаев С. В. Формирование электронной базы данных экспертных исследований пожаров автомобилей // Вестник Санкт-Петербургского университета ГПС МЧС России. 2016. № 2. с. 61–65.
2. Плахов, С. И. Об особенностях осмотров мест происшествий и фиксации следов по случаям пожаров автомобилей, в которых имеется подозрение на умышленную организацию пожара // Теория и практика судебной экспертизы. 2010. № 4 (20). с. 284–292.
3. Елисеев, Ю. Н., Чешко И. Д., Соколова А. Н. Экспертная дифференциация поджога и загорания автомобиля в результате утечки топлива // Пожарная безопасность. 2007. № 1. С. 97–104.
4. Паньшина Н.В., Шеков А.А., Зырянов В. С. Растекание горючих жидкостей при поджогах автотранспортных средств полупакетной компоновки // <https://cyberleninka.ru/article/n/rastekanie-goryuchih-zhidkostey-pri-podzhogah-avtotransportnyh-sredstv-polukapotnoy-komponovki/viewer>
5. Скотский, Е. В., Щур Е. Н., Сергеева И. А. Пожарная опасность веществ, применяемых в автомобилях // Рекомендации для сотрудников федеральной противопожарной службы, дознавателей и следователей мвд, ск. 2017. Б. — 21 с.
6. Отчетная справка СЭУ ФПС ИПЛ по Амурской области по теме № 2–2016 «Обобщить результаты исследования в 2016 г. пожаров автотранспортных средств». 2017. Б. — 52 с.
7. Отчет СЭУ ФПС ИПЛ по Амурской области о научно-исследовательской работе по теме «Формирование и пополнение базы хроматографических и спектральных данных по потенциальным средствам поджога (лвж и гж). Мониторинг средств и методов поджога, выявляемых в ходе исследования пожаров». 2015. Б — 24 с.

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ КАЗАҚСТАН

Алматы қаласының жаңбыр суларын тазалау мәселелері және шешу жолдары

Ибраим Алтынай Алтайқызы, магистрант;
Сидорова Наталья Васильевна, техника ғылымдарының кандидаты, доцент
Қ.И.Сәтбаев атындағы Қазақ ұлттық зерттеу техникалық университеті (Сәтбаев университеті) (Алматы қ.)

Бұл мақалада Алматы қаласының алабында пайда болатын жаңбыр суларын әкетудің және тазалаудың тиімді технологиясы ұсынылған.

Түйінді сөздер: жаңбыр сулары, тазалау технологиясы, мұнай өнімдері, қалқымалы заттар, тазалау тиімділігі.

Проблемы и пути решения очистки дождевой воды г. Алматы

Ибраим Алтынай Алтайқызы, студент магистратуры;
Сидорова Наталья Васильевна, кандидат технических наук, доцент
Казахский национальный исследовательский технический университет имени К. И. Сатпаева (Satbayev University) (г. Алматы)

В данной статье рассмотрены пути решения отведения дождевых вод г. Алматы и выбрана эффективная технология очистки.

Ключевые слова: дождевые воды, технология очистки, сооружения, взвешенные вещества, нефтепродукты, эффективность очистки.

Ұзаққа созылған немесе қарқынды нөсер жаңбырлардан, қас-қағым уақыт ішінде пайда болып жерге сіңіп үлгермеген, ойпат жерлерде орналасқан үймереттер мен ғимараттардан және адамдарың шаруашылық мүдделеріне қауіп төндіретін жағдайларда қар мен мұздың еріген суларынан жаңбыр канализациясы жүйелері құтқарады.

Шынына келсек елді мекендерде жаңбыр канализациясын құру өте өзекті проблема, себебі нөсер жаңбырдан кейін республикамыздың көптеген қалаларын (Алматы, Астана және т. б.) және олардың кейбір аудандарында көшелерді су басып адамдар, көліктер жүре алмай, суды кешіп жүруге мәжбүр болып жатыр. Сондықтан жаңбыр канализациясын құру үлкен қалалар мен мегаполистерде өте қажет. Қазіргі кезде бұл мәселенің актуальдігін ақпарат көздерінде әрдайым пайда болатын «су астында» қалған аудандар туралы мәліметтер дәлелдейді.

Жаңбыр суларын елді мекендердің алабтарынан әкетуді өте мұқият және дұрыс салынған жаңбыр канализациясы жүйесі ғана шешеді. Себебі дұрыс құрылған канализация жүйесі төмендегідей проблемаларды ескереді:

1) үймереттердің ірге тастарын, тротуарларды, жолдарды қираудан қорғайды;

2) бірінші этаждарда орналасқан пәтерлерге, жертөлеге ылғал кіруден сақтайды;

3) пайда болған шалшық сулардан қорғайды;

4) жаңбыр жүйелері тартылған алқаптар (жерлер) өте қаралған және эстетикалық сүйкімді болады.

Жаңбыр суларын әкету жүйелері.

Қазіргі уақытта Алматы қаласының жаңбыр суларын әкететін арықтар жүйелері өте ескірген. Кейбір жерлерде арықтар арнасы лаймен немесе қоқтықпен тіптен бітеліп қалған. Кейбір арықтарды тұрғындар мен құрылыс жүргізушілер мүлдем жауып тастаған. Бұндай жағдайлар қаланың Райымбек даңғылынан төмен Солтүстік бөлігінде өте көп кездеседі, тіптен кей жерлерде арық арнасы бітіп қалып, жаңбыр сулары ағатын арна таба алмай қалады. Сондықтан жоғарыда айтылған келеңсіз мәселелер туындайды.

Аталған келеңсіз жағдайларды биыл мамыр-маусым айларында жауған нөсер жаңбырлардан пайда болған жаңбыр сулары бөртіп көрсетті. Бұндай мәселе туындауына біздің атқарушы органдардың жаңбыр суларын әкетуге және реттеуге немқұрайлы қарауынан болды деп санаймын. Соңғы жылдары ешқандай ескі арықтарды тазалау, пайдалану, профилактикалық жұмыстарын

жүргізген жоқ, соның салдары аталған жағдайға әкеп соқтырды.

Қаладағы жаңбыр және еріген қар суларын әкететін ескі арықтар мен науалар жаңбыр суының шығынына есептеліп салынбаған, сондықтан ұзақ немесе нөсер жаңбыр жауған кезде су арықтарға сыймай жолдарды, ойпат жерлерде орналасқан үймереттер мен ғимараттарды алып кетіп адамдардың шаруашылық мүдделеріне қауіп төндіреді.

Келешекте жаңбыр суларын әкету жүйелерінде аталған жағдайларды қайталамау үшін жылсайын мына жұмыстарды жүргізген дұрыс:

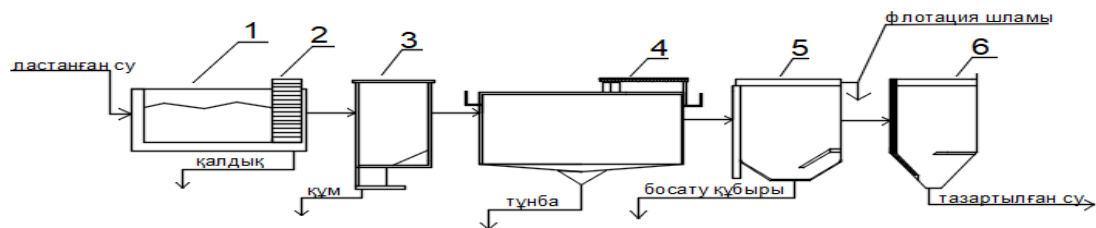
- 1) арықтарды кестемен (графикпен) профилактикалық тексеру;
- 2) арықтардың су өткізу қабілетін нөсер жаңбырға тексеру;
- 3) көктем-жаз айларында арықтарды тазалау;
- 4) арықтардың бұзылған жерлерін жөндеу және бекіту;
- 5) күз кезінде арықтарды техникалық қабылдау.

Алматы қаласында бірінші кезеңде жаңбыр суын әкету жүйелерін тарту қажет. Жаңбыр жүйесі тиімді жұмыс істеуі үшін су әкету схемасын дұрыс қабылдаған жөн. Ол тікелей жер бедерінен атмосфералық ағындарды (суларды) жинауға және оларды негізгі жаңбыр коллекторына тастау шешіміне байланысты.

Жаңбыр жүйесінің схемасын есептеу кезінде қате жібермеу үшін жер бедерінің ландшафтын, ғимараттардың архитектурасын, коммуникациялардың орналасуын және жауын-шашынның көлемінің сезондық өзгеру көрсеткіштерін ескеру қажет. Су әкететін арықтар мен науаларды, канализациялық құбырларды жаңбыр суының есептік шығынына есептеу керек сонда ғана жоғарыда келтірілген келеңсіз жағдайлар болмайды.

Жаңбыр суларын тазалау ғимараттары.

Қаланың экологиялық қауіпсіздігін қамтамасыз ету және қоршаған ортаны қорғау талаптарын сақтау үшін



1 сур. Жаңбыр суларын тазалау технологиясы: 1 — орталандырғыш; 2 — кереге; 3 — құмұстағыш; 4 — жұқақабатты тұндырғыш; 5 — флотатор; 6 — түйіршікті сүзгі

Орталандырғыш. Орталандырғыш-резервуарлар есептік жаңбыр суларын аккумуляциялауға, сонымен қатар жаңбыр жүйелерінің суларын тазалау ғимараттарына беру алдында шығынын және құрамын реттеуге қолданылады. Ұсынылған технологиялық тазалау схемасында жаңбыр суларын аталған ғимараттарда орталандыру уақыты 2–4 сағат аралығында қабылданған.

Кереге. Бұл ғимараттар жаңбыр суларымен бірге ағып су әкету жүйесіне түсетін ірі қалдықтар мен қалқымалы заттарды ұстауға арналған және ол моно-

екінші кезеңде жаңбыр және еріген қар суларын тазалайтын тазалау ғимараттарын тұрғызу қажет.

Жалпы жаңбыр канализациясының тазалау технологиялық схемасын қабылдау кезінде [1–2] талаптарына жүгіну қажет. Яғни жаңбыр суларының құрамы мен шығынын ескеру, қажетті тазалау дәрежесін анықтау және құрылыс алаңының геологиялық және гидрогеологиялық жағдайына байланысты тазалау ғимараттарының құрамы анықталады. Жаңбыр суларының құрамы негізінен құм, минералды қалқымалы заттар және мұнай өнімдерінің қалдықтарынан тұрады. Тағыда бір ескеретін жағдай бұл жаңбыр суларының ластану құрамы мен шығыны жаңбыр жауған кезде уақытқа байланысты өзгертіндігі [2–3]. Сондықтан жаңбыр суларын тазалау ғимараттарының құрамы да осы ластағыш заттардың көрсеткіштеріне сай бейімделіп қабылданады.

[3–4] әдебиет негізіне сүйенсек есептік жаңбыр суларының максималдық концентрациялары оның қарқындылығына байланыссыз басталғаннан кейінгі бірінші 10–15 минуттің келеді және 20 минуттей уақыт өткен соң концентрациясы 2–2,5 есеге дейін азаяды. Жиі қайталанатын 10 есеге дейін қарқындылығы аз әлсіз жаңбырларды қабылданған есетік жаңбырлармен салыстырғанда олардың бастапқы концентрациясы 2–3 есе кем болады. Жаңбырдың ең максималды концентрациясының мәні басталған жаңбырдың 53–55 минутіне келеді, содан кейін оның концентрациясының мәні көп өзгермейді.

Жоғарыда айтылғандай, көлемі мен концентрацияларында жиі кездесетін біркелкісіздіктерді ескере отырып біз жаңбыр суларын тазалау үшін келесі технологиялық схемасын қабылдаймыз (1 суретке қараңыз): *орталандырғыш — кереге — құмұстағыш — жұқақабатты тұндырғыш — флотатор — түйіршікті сүзгі.*

Төменде ұсынылған технологиялық схеманың әртүрлі ғимараттарының атқаратын функционалдық міндеттері келтірілген.

литті жер асты камерасынан тұрады, темір бетоннан жасалады.

Құмұстағыш. Жаңбыр сулары құмұстағыштарға ірі қалдықтар мен қалқымалы заттардан керегеде тазаланғаннан кейін жіберіледі. Құмұстағыштардың жұмыс істеу принципі гравитациялық тұндыруға негізделген, онда ауыр минералды қоспалар мен мөлшері 0,25 мм-ден 1,0 мм-ге дейінгі құм бөлшектерден тазалауға бағытталған.

Тұндырғыштар. Тұндырғыштарда суды тұндыру қалқымалы заттарды жою үшін ең қолайлы және оңай

жолы болып табылады. Олар су бассейндеріне тазаланбай түссе аймақтағы экологиялық жағайларды нашарлатыны белгілі. Сондықтан тұндырғыштың түрін таңдау өте егжей-тегжейлі қарастырылып, эксперименттік сынақтан мұқият өтіп тексерілуі қажет. Қазіргі кезде жаңбыр суын тұндыру үшін ең тиімдісі бұл жұқа қабатты модульдермен жабдықталған тұндырғыштар.

[2–3] айтылғандай, жұқа қабатты модульдермен жабдықталған тұндырғыштар өте жинақты, сондықтан орналасу алаңын ауданы тұндырғыштардың басқа түрлерімен салыстырғанда 5–6 есе кем болады және аталған тұндырғыштар толық автоматтық режимде жұмыс істей алады.

Флотаторлар. Ұсынылған технологиялық схема құрамында жаңбыр және еріген қар суларынан мұнай өнімдерін тазалау процесі қысымды флотация арқылы жүзеге асырылады. Суды тазалау өңделінетін сұйықтықтың бетінде қалыптасқан комплексті көбік қабатын жою негізінде жүргізіледі.

Әдебиет:

1. ҚР ҚН 4.01–03–2013* «Су бұру. Сыртқы желілер мен құрылыстар» (2019–11–07 өзгертулерімен) — Нұр-Сұлтан: 2019. — 196 бет.
2. Воронов Ю. В., Яковлев С. В. Водоотведение и очистка сточных вод. — М.: АСВ, 2007. — 704 с.
3. Молоков М. В., Шифрин В. Н. Очистка поверхностного стока с территорий городов и промышленных площадок. — М.: Стройиздат, 1977
4. Тойбаев К. Д. Алматы қаласының жаңбыр суларын әкету проблемалары. — Алматы: Вестник КазГАСА, № 4, 2016.
5. BS EN 752:2008 Drain and sewer systems outside buildings.

Сүзгілер. Түйіршікті сүзгілер жаңбыр суларын қалқы-малы бөлшектерден тазалау үшін қарастырылған. Сүзгінің жүктемесі ретінде бөлшектердің мөлшері 0,8–2,8мм фракциялы керамзит немесе құм қолданылады.

Ұсынылып отырған технологиялық схема жаңбыр мен еріген қар суларын қалқымалы заттардан 85–90 %, мұнай өнімдерінің қалдықтарынан 75–87 % дейін тазалауға мүмкіндік береді.

Қортындылар:

Аталған мәселелерді шешу үшін келесі жұмыстарды атқару қажет:

— бірінші кезеңде Алматы қаласының барлық аудандарында орналасқан су әкететін арықтар мен науаларды жаңбыр суының есептік шығынына реттеп, оларды жаңадан тартылатын жерасты коллекторларына қосу қажет;

— екінші кезеңде жаңбыр суларын тазалайтын тазалау ғимараттарын тұрғызып оны пайдалануға беру қажет, бұл қаладағы экологиялық жағдайды түбегейлі жақсартатын болады.

Ғимараттар мен құрылыстардың энергия тұтынуын оңтайландыру әдістері

Игибаева Айдана Асқарқызы, магистрант;

Абиева Гүлдана Солтанқызы, техника ғылымдарының кандидаты, доцент
Халықаралық білім беру корпорациясы (Алматы, Қазақстан)

Бұл мақалада жылу жүйесіндегі ең маңызды мәселелердің бірі — энергия тиімділігін арттыру және оны оңтайландыру мақсаттары сипатталған. Ең жоғары энергия тиімділігіне қол жеткізуге мүмкіндік беретін шаралар кешені ұсынылды.

Түйін сөздер: энергия тиімді ғимараттардың құрылысы, қоршаушы конструкцияларға тиімді энергия материалдары.

Способы оптимизации энергопотребления зданий и сооружений

Игибаева Айдана Аскарровна, студент магистратуры;

Абиева Гульдана Солтановна, кандидат технических наук, ассоциированный профессор
Международная образовательная корпорация (г. Алматы, Казахстан)

В статье рассматриваются методы оптимизации энергопотребления зданий и сооружений, описан один из наиболее значительных вопросов в системе отопления — повышение энергоэффективности зданий, а также цели ее оптимизации.

Ключевые слова: строительство энергоэффективных зданий, энергоэффективные материалы ограждающих конструкций.

Энергия тиімділігі — бұл технологиялық кешен, тұрмыстық және өндірістік салаларда энергетикалық ре-

сурстарды барынша ұтымды пайдалануға, экономикалық шараларды іске асыруға мүмкіндік береді. Ғимараттардың

энергия тиімділігінің артуы бүгінгі таңда ең өзекті мәселелердің бірі болып табылады, өйткені соңғы отыз жыл ішінде бүкіл планетада өндірілмейтін және шектеулі шикізат қорларының өткір тапшылығы байқалады және өсуде. Яғни, бүкіл әлемде энергияны ұтымды пайдалану жолдарын белсенді іздеу жүргізілуде.

Энергия тұтынудың көп бөлігі жылытуға, ыстық сумен жабдықтауға, кондиционерлеуге және жасанды жарықтандыруға, басқаша айтқанда ғимараттар мен құрылыстардың тіршілікті қамтамасыз ету жүйелеріне тиесілі. Бұл ретте Қазақстанда және климаттық жағдайлары ұқсас елдерде жалпы энергияның шамамен 72 % — ы үй-жайларды жылытуға жұмсалады.

Құрылыс объектілерінің тіршілігін қамтамасыз етуге жұмсалатын энергия ресурстарының шығынын азайту айтарлықтай энергия үнемдеуге әкеледі, сәйкесінше

үлкен қаражатты үнемдеуге мүмкіндік береді. Сондай-ақ, жағылған отынның да экологияға әсері маңызды рөл атқарады. Энергия өндірісі қоршаған ортаның жағдайына айтарлықтай әсер етеді. Қазбалы қатты және сұйық отынды жағу күкірт, көмірқышқыл және улы газдардың, сондай-ақ азот оксидтерінің, шаңның, күйенің және басқа да ластаушы заттардың бөлінуімен қатар жүреді.

Ғимараттар мен құрылыстардың энергия тиімділігін арттыру, реконструкциялау кезеңінде кешенді шараларды орындау арқылы қол жеткізіледі. Бұл негізінен ғимараттың жылу шығынын азайтуға бағытталған шаралар.

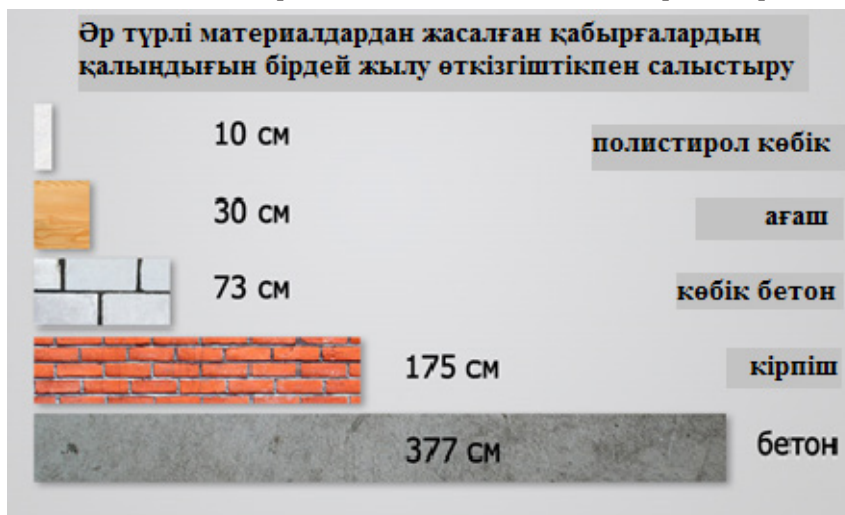
Ғимараттардағы жылудың көп мөлшері іс жүзінде көшедегі ауаны жылыту үшін жұмсалады. Тәжірибе көрсеткендей, қысқы кезеңде жылу энергиясының шамамен 40 % қоршау конструкциялары арқылы жоғалады. Осы мөлшерден жылу шығыны:



Сур. 1. Ғимараттың жеке элементтері арқылы жылу шығыны

Осы себепті жылу оқшаулағыш материалдарға, сондай-ақ оларды дұрыс орнатуға қойылатын талаптар үнемі артып келеді, өйткені жоғары сапалы жылу оқшаулау сыртқы қоршау құрылымдарының жоғары жылу техникалық біркелкілігін қамтамасыз етеді. Сыртқы оқшау

лау жүйелері қабырғалардың қалыңдығын едәуір азайта отырып, жылу оқшаулау қасиеттерін сақтауға мүмкіндік береді. Мысал ретінде бірдей жылу оқшаулау қасиеттері бар әртүрлі материалдардың қалыңдығының салыстырмалы сипаттамалары келтірілген:



Сур. 2. Бірдей жылу оқшаулау қасиеттері бар, әртүрлі материалдар қалыңдығының салыстырмалы сипаттамалары

Терезе саңылауларының энергия тиімділігін арттыратын бірнеше жол бар. Бірінші, бұл бір камералы шыны пакеттерден үш немесе төрт камералы шыны пакеттерге ауысу және оны әртүрлі инертті газбен толтыру себебі инертті газ ауамен салыстырғанда айтарлықтай төмен жылу өткізгіштік қасиеті болады, бұл көше мен үй арасындағы жылу алмасуға айтарлықтай кедергі келтірмейді. Екінші, бұл жылу қабықшасын қолдану. Әйнекке металмен немесе полимермен қапталған, қысқа және ұзын толқынды сәуленің бір жағынан өткізетін пленканы қолданады. Спектрдің ұзын толқындық бөлігі-бұл жылыту құрылғыларынан шығатын инфрақызыл сәулелер, олар кешіктіріледі, ал қысқа толқын бөлігі — ультракүлгін сәулелер, олар өткізіп жіберіледі. Осының арқасында қыста күн сәулесі бөлмеге еркін өтеді, ал жылу жылыту құрылғыларынан кетпейді. Жаз мезгілінде бұл процесс керісінше болады.

Жоғары сапалы энергия үнемдейтін материалдардан бас тартудың жалғыз кемшілігі мен себебі олардың жоғары құны болып табылады. Жылыту және ыстық сумен жабдықтау желілеріндегі жылу шығынын азайту үшін сапалы заманауи материалдарды қолдана отырып, тиімді жылу оқшаулауын қамтамасыз ету қажет. Бүгінгі күні ғимараттар құрылысы кезінде, ішкі ауа температурасын реттеу мүмкіндігі үшін барлық жылыту аспаптарының алдында термостаттарды орнату міндетті болып табылады. Бұл энергияны тұтыну мөлшерін едәуір азайтуға мүмкіндік береді, себебі бөлмеге күн радиациясынан, адамдар мен тұрмыстық техникадан қосымша жылу кіреді.

Адамдарды қолайлы жағдаймен қамтамасыз ету үшін, ғимаратта арнайы жылыту жүйелерін автоматты түрде реттеуге болады. Бұл схема орталық жылу пункттері арқылы қосылған кезде жылу жүйесінен жылу жүйесіне жеке жылу пунктіне немесе жылу жүйесін автоматты басқару торабына жылу беру үшін қолданыладыұл схема

жылу жүйесіне жылу желісінен жеке жылу пунктіне жылу беру үшін қолданылады. Автоматты басқару блогы жылытуға жылу беруді оңтайландыруға мүмкіндік береді, тұрғын үйде қолайлы жағдайларды қамтамасыз ету кезінде жылу энергиясын барынша үнемдеуге қол жеткізуге болады. Бұл жағдайда сыртқы температура өзгеруіне байланысты жылу жүйесінің беріліс құбырындағы таңдалған температура кестесінде жүзеге асырылатын автоматты басқару жүйесінің контроллерін оңтайлы беру режиміне конфигурациялауға қол жеткізу қажет. Ғимараттағы жылу беруді барыншы жеңілдету үшін, жеке жылу пункті бар ғимараттағы жылу беруді автоматты түрде реттеу процесі қолданылады. Реттеуіш сигналы, күн радиациясынан түсетін жылулықты және үй ішіндегі жылудың температурасын өзгерте алады. Сондай-ақ, қасбеттік автореттеу сыртқы ауа температурасы төмендеген кезде және ғимарат қасбетінің жел жағында жел пайда болған кезде қосымша жылу беруді қамтамасыз етеді. Сыртқы ауа температурасы 5°C — 8°C -қа дейін болған кезде, ғимараттың күн жағындағы бөлмені жылыту, тек қана күн сәулесінің түсу кезеңінде ғана емес, сонымен қатар күн батқаннан кейін де автоматты түрде өшеді, өйткені қабырғалар мен жиһаздардың қыздырылған беттерінен жылу ағыны да ескеріледі. Нәтижесінде жылу үнемдеу автоматты реттеу кезінде энергия, есептелген жылдық шығынның 20 % — на дейін жетеді.

Қорытынды

Ғимараттардың энергия тиімділігін арттыратын әдістері:

- Заманауи терезелерді пайдалану арқылы жылу шығынын азайту;
- Жылыту жүйелерін автоматты реттеу;
- Сыртқы қабырғалардың жоғары сапалы жылу оқшаулауы және жоғары сапалы энергия тиімді материалдарды өлшеу.

Әдебиет:

1. Цай, Т. Н. Организация строительного производства: учебник для вузов / Т. Н. Цай, П. Г. Грабовый, В. А. Большаков и др. — М.: Изд-во АСВ, 1999. — 432 с.
2. Дроздов В. Ф. Отопление и вентиляция. Отопление. Учебник для строительных вузов. М.: Высшая школа,
3. Соколов Е. А. Теплофикация и тепловые сети. 5-изд. — М.: Энергоиздат, 1982
4. 1986Ионин А. А. и др. Теплоснабжение. М.: Стройиздат, 1989
5. Фокин, К. В. Строительная теплотехника ограждающих частей зданий / К. В. Фокин. М.: Стройиздат, 1973. — 287 с.
6. СНиП РК 4.02–42–2006 «Отопление, вентиляция и кондиционирование»
7. СП РК 4.02–17–2005 «Проектирование тепловых пунктов»
8. СНиП РК 3.02–43–2007 «Жилые здания»

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ О'ЗБЕКISTON

Электрон тўлов воситалар билан ҳисоб-китоб қилишнинг ҳуқуқий тартибга солиниши

Ганиев Ерполат Жамилъевич, ёрдамчи, ўқитувчи
Бердах Қорақалпоқ Давлат Университети (Нукус, Ўзбекистон)

Одатда тўлов қарздор шахс томонидан пул маблағини кредиторга топширилиши тушунилади. Бунда пул маблағи нақд шаклда ёки турли воситаларда ифодаланиши мумкин. Ана шундай воситаларда бири электрон тўлов воситалари ҳисобланади. Электрон тўлов воситалари эса электрон шаклда ифодаланган ҳамда электрон тарздаги фармойиш асосида тўловчининг ҳисобидан олувчининг ҳисобига ўтадиган электрон қайдлар ҳисобланади. Қоида тариқасида тўловлар ҳисоб-китоб шакллари орқали амалга оширилади. Яъни пул маблағларини, тўловчига тегишли бўлган сумма нақд ёки электрон кўринишдаги маблағлар олувчига топширилади ёки унинг ҳисобрақамига ўтказилади. Шу сабабли даставвал ҳисоб-китоб тушунчасининг илмий моҳиятини аниқлаб олиш мақсадга мувофиқдир.

Калит сўзлар: электрон пуллар, электрон тўлов воситалари, банк карталари, ҳисоб-китоблар, ҳуқуқ, шартнома, мажбурият, маблағларин олувчи, кредитор, қарздор.

Правовое регулирование расчетов электронными платежными средствами

Ганиев Ерполат Жамилъевич, ассистент, преподаватель
Каракалпакский государственный университет имени Бердаха (г. Нукус, Узбекистан)

Обычно под платежом понимается передача денежных средств должником кредитору. При этом денежные средства могут выражаться как в наличных деньгах, так и в различных средствах. Одним из таких средств являются электронные платежные средства. Электронные платежные средства выражаются в электронной форме, а также являются электронными записями перевода со счета плательщика на счет получателя на основании электронного поручения. Как правило, платежи осуществляются через расчетные формы. То есть денежные средства, сумма, принадлежащая плательщику, наличные или электронные средства перечисляется получателю или зачисляется на его счет. Поэтому целесообразно сначала определить научный характер понятия расчетов.

Ключевые слова: электронные деньги, электронные средства платежа, банковские карты, расчеты, право, договор, обязательство, получатель средств, кредитор, должник.

Ҳисоб-китоб тушунчаси бир вақтнинг ўзида ҳам иқтисодий, ҳам ҳуқуқий категория сифатида тушунилади. Иқтисодий нуқтаи назардан ҳисоб-китоблар атамаси асосан «тижорат ҳисоб-китоблари», деб юритилади ва бунда «тижорат ҳисоб-китоблари» дейилганда меҳнат сарфи ва хўжалик фаолияти натижасини қиймат (пул) шаклида ўлчаш йўли билан хўжаликни юритиш усули тушунилади [1, с. 5].

А. Д. Аюшиевнинг қайд этишича, тижорат ҳисоб-китобларининг асосини харажат ва натижанинг, даромад ва сарф-харажатлар миқдорининг, молиявий кирим ва чиқимлар миқдорининг ўзаро ўлчами ташкил этади [2, с. 7].

Г. М. Винокуровнинг фикрича, бозор муносабатлари шароитида тижорат ҳисоб-китоблари товар ишлаб чиқаришнинг кенг қамровли туси ва мамлакат ичкарисидаги ҳамда ташқи бозордаги рақобат муҳитида қиймат қонун билан асосланади [3, с. 46].

Мазкур фикрларни умумлаштириб, шундай хулосага келиш мумкинки, иқтисодий маънода ҳисоб-китоблар деганда, товар ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш соҳасида қилинган харажат ва натижа ўртасидаги нисбатни ўлчами тушунилади ва бунда меҳнат сарфи ва хўжалик фаолияти натижаси қиймат (пул) шаклида ўлчанади.

Л. Е. Попованинг фикрича, юридик маънода ҳисоб-китоблар деганда, қонунда белгиланган тартибда маблағларнинг ўтказилишига оид пул операцияси ва тўловчининг қонун ёки шартнома асосида мажбуриятини ижро этиш усули тушунилади [4, с. 8].

Л. Е. Попованинг мазкур таърифида ҳисоб-китоблар тушунчаси айни пайтда иккита элементдан иборат ҳолда ифодаланмоқда. Биринчидан, ҳисоб-китоблар пул операцияси бўлса, иккинчидан ҳисоб-китоблар маблағ тўловчининг ўз мажбуриятини ижро этиш усули сифатида талқин этилмоқда. Албатта, бундай талқин ўзига хос ёндашув сифатида диққатга сазовор. Бироқ ҳисоб-китоблар ҳар доим ҳам маблағ тўловчининг зиммасидаги мажбуриятни ижро этиш усули сифатида танланмаслигини, айрим ҳолатларда у закат тарихида шартнома тузилиши учун асос ёки жавобгарлик чораси сифатида неустойкани тўлаш кўринишида қўлланилишини ҳам ҳисобга олиш зарурки, мазкур жиҳатлар ҳисоб-китобларга нисбатан маблағларни тўловчи (бу ўринда қарздор)нинг ўз мажбуриятини ижро этиш усули эканлиги ҳолатида бир қадар инкор этишига сабаб бўлади.

Д. А. Медведевнинг фикрича, ҳисоб-китоблар деганда, шундай ҳуқуқий муносабат тушунилиши лозимки, бу муносабатлар фуқаролик-ҳуқуқий мажбурият субъектлари ва кредит ташкилотлари (айрим ҳолларда эса фақат ушбу мажбурият субъектлари ўртасида) ўртасида топширилган мол-мулк (бажарилган ишлар, кўрсатилган хизматлар) ёки бошқа асослар бўйича тўловни амалга оширишдан вужудга келади [5, с. 490].

С. Б. Бобоқуловнинг фикрича, ҳисоб-китоблар деб шартномадан ёки бошқа ҳуқуқий асослардан келиб чиққан пул мажбуриятини тўлашга қаратилган ҳаракатга айтилади. Бундай пул мажбуриятини шартномага (масалан, маҳсулот етказиб бериш шартномаси) биноан бирор нарса сотиб олган ёки бирон-бир нарсани буюртма қилган ёхуд мулкни ижарага олган шахс бажаради [6, с. 398].

Ҳисоб-китоблар тушунчасига С. Б. Бобоқулов томонидан берилган таърифни таҳлил қилиб, шунга таъкидлаш лозимки, ҳисоб-китобларда энг аввало маблағларни тўловчи шартномада назарда тутилган суммани олувчига шартномада келишилган тарзда ёки қонунда белгиланган усулда топшириш асосий мазмун моҳиятни ташкил этади. Шу сабабли ҳисоб-китоблар маблағларни олувчи томонидан ҳали бажарилмаган иш ёки хизмат ёхуд топширилган товар учун олдиндан амалга оширилиши ҳам мумкин. Бундай ҳолатларда ҳисоб-китоблар мажбуриятни бажариш ва ҳуқуқий алоқаларни яқунловчи инструмент — мажбуриятларни бекор қилиш асоси эмас, аксинча, мажбуриятлар вужудга келганлигини тасдиқловчи воситага айланади. Ҳисоб-китобларнинг бу жиҳати эса ўз вақтида ривожланган бозор муносабатлари тизимида ҳисоб-китобларнинг тушунчаси ва моҳиятини талқин этишда янги ёндашувни тақозо этади.

Юридик адабиётлар аванс тўлаш кўп ҳолатларда мажбурият бажарилишини таъминлаш усули эмас, балки ҳисоб-китобнинг бир қисмини олдиндан амалга ошириш усули сифатида талқин қилинади. Жумладан, И. Б. Зокировнинг таъкидлашича, закатни авансдан фарқ қилиш керак. Закат билан аванснинг бир-бирига ўхшаш томони шундаки, буларнинг ҳар иккиси ҳам келажакда тўланадиган суммалар ҳисобидан тарафлардан бири томонидан иккинчисига аввалдан тўланиб қўйилган пул суммаси бўлиб кўрилади. Аммо аванс закатдан фарқ қилиб, мажбуриятнинг бажарилишини таъминламай, балки шартнома юзасидан тарафлардан бирининг иккинчисига тегишли бўлган суммани мазкур иккинчи тарафнинг фаолиятини пул билан таъминлаш мақсадида аввалдан берилган пул суммаси ҳисобланади [7, с. 484].

Ҳ.Р.Раҳмонқуловнинг фикрича, тўланган сумма закат эканлиги ҳақида шубҳа туғилган тақдирда, бу сумма агар бошқа ҳол исботланган бўлмаса, фақат одатда тўлов вазифасини бажарадиган бўлак (аванс) сифатида тўланган деб ҳисобланади [8, с. 136].

Фикримизча, аванс тўлаш ҳисоб-китобларнинг ўзига хос усули ҳисобланиши зарур ва уни шартнома тузилганлигини тасдиқлаш воситаси ҳамда мажбурият бажарилишини таъминлаш усули сифатида талқин этиш тўғри бўлмас эди.

Фикримизча, ҳисоб-китоблар деганда, бир шахснинг тасарруфидан иккинчи шахснинг тасарруфига ўтказилиши лозим бўлган пул маблағларини тегишли тартибда расмийлаштириш ёки маълум бир ҳаракат (нақд пул билан ҳисоб-китоб, пулни қўлдан-қўлга топшириш)ни амалга ошириш натижасида тўлаш тушунилади.

Маълумки, кўп ҳолларда ҳисоб-китоблар тушунчаси «тўлов» тушунчаси билан айний тушунча сифатида қаралади. Хусусан, Е. Ю. Коваленко «ҳисоб-китоб», «тўлов», «пул ўтказмаси» тушунчаларининг ўзаро нисбатини таҳлил қилиб, қуйидагиларни билдириб ўтади: ҳуқуқий нуқтаи назардан «тўлов» ва «ҳисоб-китоб» тушунчалари, гарчи уларнинг иқтисодий мазмунига кўра фарқлар мавжуд бўлсада синоним ҳисобланади. Биринчидан, тўловлар ҳам, ҳисоб-китоблар нақд пуллардан фойдаланиш ёки улардан фойдаланмасдан амалга ошириладиган пул мажбуриятларини бажарилиши ҳисобланади. Иккинчидан, пул мажбуриятлари нақд пулсиз бажарилганда, тўлов ва ҳисоб-китоблар битта ҳуқуқий шаклда амалга оширилади. Учинчидан, пул мажбуриятлари нақд пулсиз амалга оширилганда, тўлов ва ҳисоб-китоблар пулни ўтказиш, тўлов ҳужжатини бериш кўринишида намоён бўлади [9, с. 7–8].

Р. Э. Товмасыннинг фикрича, «ҳисоб-китоблар» атамасининг турли қонун ҳужжатларида ифодаланишини таҳлил қилиб, мазкур атамага қуйидагича таъриф бериш мумкин: ҳисоб-китоблар деганда, хусусий-ҳуқуқий ёки оммавий-ҳуқуқий мажбуриятларни бажариш учун пул маблағларини топшириш (ўтказиш), шунингдек пул маблағларини уларнинг «эгаси» томонидан ўзининг бошқа ҳисоб-рақамига ўтказиш тушунилади [10, с. 25].

В. В. Недорезков таъкидлашига биноан, ҳисоб-китоблар деганда, юридик ва жисмоний шахсларнинг пул мажбуриятларини бажаришга қаратилган нақд пулларни топшириш ва (ёки) олиш, ёхуд пул маблағларини нақд пулсиз ўтказиш бўйича амалга оширадиган, ҳуқуқ томонидан тартибга солинган ҳаракатлари тушунилади [11, с. 21–22].

Мазкур фикрга илмий-назарий жиҳатдан баҳо берадиган бўлсак, албатта, ҳисоб-китоблар пул маблағлари тўловини амалга оширади. Бошқача айтганда, ҳисоб-китоб қилинганда, маблағларни олувчи томонидан мажбурият бажарилганлиги эвазига пул маблағларини унга ўтказиш кўзга ташланади. Бироқ ҳисоб-китобларни фақат тўловдангина иборат, деб тушунмаслик лозим. Чунки, ҳисоб-китоблар амалга оширилиши фақат пуллар орқали амалга оширилади, тўлов эса мол-мулк топшириш, бирор-бир ишни бажариш каби ҳаракатларда намоён бўлиши мумкин. Масалан, ФКнинг 544-моддаси «Мол-мулкдан фойдаланганлик учун ҳақ тўлаш» — деб номланиб, унда ҳақ тўлашнинг қўйидаги кўринишлари назарда тутилади:

— вақти-вақти билан ёки бир йўла тўланадиган қатъий суммада белгиланган тўловлар тариқасида;

— ижарага олинган мол-мулкдан фойдаланиш натижасида олинган маҳсулот, мевалар ёки даромадларнинг белгиланган улуши тариқасида;

— ижарага олувчи томонидан кўрсатиладиган маълум хизматлар тариқасида;

— ижарага олувчи томонидан ижарага берувчига шартномада келишилган ашёни мулк қилиб ёки ижарага топшириш тариқасида;

— ижарага олинган мол-мулкни яхшилаш бўйича шартномада келишилган харажатларни ижарага олувчи зиммасига юклаш тариқасида.

Ижара тўловларини бундай кўринишда белгиланиши, юридик адабиётларда таъкидланишича, қишлоқ хўжалиги корхоналари фаолиятини ривожлантириш ва улар учун қулай ишлаб чиқариш муҳитини яратиш билан боғлиқдир [12, с. 85–86].

Ҳисоб-китоблар эса тўлов функцияси билан бирга, ҳуқуқий муносабатни яқунланиши, пулли мажбуриятларнинг амалга оширилиши ва пул айланмасини таъминланишини намоён қилади. Зеро, ҳисоб-китоблар амалга оширилган мол-мулклар эмас, фақат пул маблағлари тўловчидан олувчининг тасарруфига ўтади ва шу орқали ўзига хос ҳуқуқий жараёни амалга оширилади.

Таъкидлаш лозимки, фуқаролик-ҳуқуқий муносабатлар вужудга келиш жараён ва ҳолатига кўра бевосита ва билвоситалик хусусиятига эга. Кўпчилик фуқаролик-ҳуқуқий муносабатлар бевосита ва бирон-бир бошқа ҳолатнинг таъсири натижасида эмас мустақил вужудга келади. Масалан, олди-сотди, ижара, пудрат муносабатлари тўғридан-тўғри вужудга келади. Баъзи фуқаролик-ҳуқуқий муносабатлар эса, билвосита, яъни бирон-бир бошқа муносабатларнинг таъсирида вужудга

келиши билан тавсифланади. Шу билан бирга билвосита вужудга келадиган фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларнинг баъзилари «иккиламчи» ёки «ёрдамчи» атамасини қўшиш орқали номланади. Масалан, «иккиламчи ижара (қўшимча ижара)» (ФКнинг 546-моддаси), «ёрдамчи пудратчи» (ФКнинг 634-моддаси).

Ҳисоб-китоб муносабатлари ҳам бевосита эмас билвоситалик хусусиятига эга муносабатлар ҳисобланади. Масалан, пудрат шартномаси муносабатлари белгиланган ишлар бажарилгандан сўнг ҳисоб-китоб муносабатлари вужудга келади ва амалга оширилади. Шу муносабат билан ҳисоб-китоб муносабатлари мутлоқ мустақил иқтисодий аҳамиятга эга бўлмайди, — деган ҳулосага келиш мумкин. Бу муносабатлар ёрдамчи вазифани бажариб уларнинг юзага келиши натижасида умуман янги қиймат вужудга келмайди (масалан, товар учун нақд пулсиз ҳисоб-китоб қилиш). Бу ҳолат ҳисоб-китоб муносабатларининг товар айирбошлаш жараёни расмий кузатиш вазифасини бажаради деган тушунчани юзага келтирмайди.

Аксинча бу муносабатлар акцессияли мажбуриятлар бўлиб улар юридик мустақилликка эгадир. Акцессия (*accessio* — қўшилиш, бирлашиш) — бир ашёнинг иккинчи ашёга юридик жиҳатдан тегишлилигини, мансублилигини билдириб бунинг натижасида бир ашё иккинчи ашёсиз янги мулкдорга ўтмайди.

Ҳисоб-китоб муносабатларининг қўйидаги ўзига хос хусусиятлари мавжуд:

1. Бу муносабатлар мажбурият шаклида ифодаланади. Бу муносабатларга киришиш ва уларни амалга ошириш жараёнида субъектлар (иштирокчилар, тарафлар) бир неча ҳаракатларини амалга оширишлари лозим бўлади. Масалан, аккредитивда маблағ билан таъминлангандан сўнг аккредитив ҳисобварағи очилади, банк эмитент ижрочи банкка пулни ўтказиши, сотувчи банкка аккредитивда кўзда тутилган ҳужжатларни тақдим қилади, ҳужжатлар асосда тўлов амалга оширилади.

Ҳисоб-китоб мажбуриятлари деганда, мулкни топшириш ёки бошқа асосларга кўра тўловни амалга ошириш мажбуриятлари тушунилади. Ҳисоб-китоб мажбуриятларининг асосий мақсади қарздорнинг тасарруфидаги пул маблағларини тегишли расмийлаштириш орқали кредиторнинг тасарруфига ўтказиш ҳисобланади.

2. Ҳисоб-китоб муносабатларининг фуқаролик муомиласидаги ўрни алоҳида бўлиб, улар ёрдамида фуқаролик муомиласидаги эквивалентлик (тенглик) ни таъминлашга ҳаракат қилинади. Асосий шартнома бўйича товар ҳаракати билан ёнма-ён пулни тўлаш юради (ҳисоб-китоб мажбуриятлари — аккредитив, инкассо ва бошқалар). Бу эса, ҳисоб-китобларнинг ҳар доим фуқаролик муомиласидаги мувозанатни тенглаштириб туриши учун асос ҳисобланади. Яъни, бир тарафнинг товарни иккинчи тарафга топшириш ҳаркати билан муқобили сифатида унинг пули иккинчи тараф томонидан биринчи тарафга тўланиши лозим. Акс ҳолда тарафлар

ўртасидаги фуқаролик муомиласидаги тенгликка путур этади.

3. Ҳисоб-китоб муносабатлари ҳар доим ўзида пул мажбуриятларини ифодалайди. Пуллар турга хос аломатлари билан белгиланадиган ашё бўлганлиги учун уларнинг нобуд бўлиши ёки ҳисобвараққа ўтказилмаслиги қарздорни бурчни натура ҳолида бажариш мажбуриятдан озод қилмайди. Зеро пулли мажбуриятларга нисбатан турга хос аломатлари билан белгиланадиган ашёларга қўлланилганидек, *genus non perit* — тур нобуд бўлмайди — қоидаси қўлланилади. Бу қоидага кўра қарздорнинг мажбуриятни бажаришигача бўлган давр мобайнида турга хос аломатлари билан белгиланадиган ашёларнинг турли сабабларга кўра нобуд бўлиши оқибати, хусусий аломатлари билан белгиланадиган ашёларга доир мажбуриятлардан фарқ қилади. Маълумки, хусусий аломати билан белгиланадиган ашёларда мажбурият предмети ҳисобланган ашёнинг нобуд бўлиши бурчни натура ҳолида бажариш имконини бермайди. Чунки одатда хусусий аломати билан белгиланадиган ашёнинг айнан ўхшаш мавжуд бўлмайди ва нобуд бўлган хусусий белгили ашёнинг ўрнига бошқа ҳарқандай ўхшаш ашёнинг топширилиши бурчни асл ҳолида ижро этилишини ифода қилмайди. ФКнинг 87-моддасига мувофиқ, алоҳида, фақат ўзигагина хос, уни бир хил ашёлар орасидан ажратиш турадиган ва шу тариқа хусусий аломатларга эга бўлган ашё хусусий аломатлари билан белгиланган ашё ҳисобланади. Хусусий аломатлари билан белгиланган ашёлар жумласига ноёб, яъни ўзи бир дона бўлган ашёлар, шунингдек муайян усул билан ажратиш қўйилган ашёлар (муҳр босиш, алоҳида белгилар тушириш, номер, рақам бериш ва шу кабилар) киради. Хусусий аломатлари билан белгиланган ашёлар бошқаси билан алмаштириб бўлмайдиган ашёлардир. Мазкур нормада қатъий равишда белгиланганидек, хусусий аломати билан белгиланадиган ашёни бошқаси билан алмаштириш ва мажбуриятни шу орқали асл ҳолида бажариш мумкин эмас. Агар бундай тартибнинг имкони бўлса, бундай ашё хусусий белгили ашё эмас, турга хос аломатлари билан белгиланадиган ашё ҳисобланади [13, с. 487–488].

Бир турдаги ҳамма ашёларга хос аломатларга эга бўлган ҳамда сони, оғирлиги, ўлчови ва шу кабилар билан белгиланадиган ашёлар турга хос аломатлари билан белгиланадиган ашёлар ҳисобланади. Турга хос аломатлари билан белгиланадиган ашёлар бошқаси билан алмаштирса бўладиган ашёлардир (ФКнинг 87-моддаси 3–4 қисмлари). Пул ҳам турга хос аломатлари билан белгиланадиган ашё бўлганлиги учун унга нисбатан бурчни натура ҳолида бажариб бўлмаслиги қоидаси татбиқ этилмайди ва ҳар доим нобуд бўлган муайян сумма ва купюрадаги банкнотларни бошқа купюрадаги банкнота тўлаш орқали мажбуриятни асл ҳолида бажариш мумкин.

Таъкидлаш лозимки, ҳисоб-китоблар тизимида электрон тўлов воситалари алоҳида ўрин тутаяди. Зеро, Интернетнинг ривожланиши, виртуал олам ва смарт (ақлли) технологияларнинг кўплаб ижтимоий-иқтисодий муно-

сабатларга қўлланилиши ҳисоб-китоб муносабатларида ҳам электрон тўлов воситаларидан фойдаланиш даражасини оширди. Айрим мутахассислар [14, с. 69–77] эса келажакда нақд пул ўз ўрнини электрон тўлов воситалари, шу жумладан электрон пулларга бўшатиб беришини башорат қилишмоқдаки, бу ўз навбатда электрон тўлов воситаларининг тушунчаси, моҳияти ва ҳуқуқий тартибга солишдаги ўзига хос жиҳатларини аниқлаш тақозо этади.

Ўзбекистон Республикасининг 2019 йил 1 ноябрдаги «Тўловлар ва тўлов тизимлари тўғрисида» ЎРҚ-578-сон қонунининг 34-моддаси 1-қисмига кўра, «ахборотни ўз ичига олган ва тўловчига тўловни амалга ошириш, шунингдек тўловчи билан электрон тўлов воситаларининг эмитенти ўртасида тузилган шартномада назарда тутилган бошқа операцияларни амалга ошириш имконини берадиган банк картаси ёки бошқа электрон жисм электрон тўлов воситаларидир».

Электрон тўлов воситалари орқали ҳисоб-китоб қилиш анъанавий ҳисоб-китоблардан фарқли равишда асосан банк карталари орқали амалга оширилади. Бунда тўловчи банк картасида мавжуд бўлган маблағни муайян харид учун сотувчининг банк картасига ўтказиб бериш йўли билан тўловни амалга оширади. Тўловчи ўзининг мобил қурилмаси орқали банк картасидаги маблағни бошқа картага ўтказиш тўғрисида фармойиш бериш йўли билан ҳисоб-китоб қилади. Ўз навбатида, тўлов амалга оширилганлиги тўғрисида тўловчиға тегишли хабар берилиб, унинг карта рақамидаги маблағлар миқдори у ўтказган сумма ҳамда хизмат кўрсатувчининг тегишли хизмат ҳақи чегириб қолинган миқдорда камаяди.

Электрон тўлов воситалари орқали ҳисоб-китоб қилишнинг қулайлиги ҳамда ортиқча ташвишлардан холи эканлиги ҳам мутлақ тус касб этмайди, албатта. Бу вазиятда банк карталари билан боғлиқ турли фирибгарликлар, Интернет тармоғидаги носозликлар ёки тегишли қурилмаларнинг ишламай қолиши муаммоларни юзага келтириши мумкин. Лекин электрон тўлов воситалари орқали ҳисоб-китоб қилишнинг моҳияти тегишли ахборотнинг алмашиниши орқали намоён бўлади ва маблағларни олувчи ҳам бу ҳолатда нақд пул суммасини кўрмайди ёки уни қўли билан ушламайди, аксинча унга банк картаси рақамига маблағ келиб тушганлиги ҳақида ахборот келади. Ахборотнинг бу тариқа етказилиши ҳамда бу асосда пул маблағлари уни олувчининг тасарруфига ўтиши кейинчалик олувчи томонидан бу пул маблағларини нақдлаштириш ёки электрон тўлов воситалари орқали ҳисоб-китобларни амалга ошириш имконини беради.

Бугунги кунда электрон тўловлар ёки умуман электрон тўлов воситалари орқали ҳисоб-китобларни амалга ошириш банк карталарини очиш ва уларни тегишли хизмат кўрсатувчи дастурларга улаш ва Интернет орқали фармойиш бериш тизимиға асосланади. Ривожланган рақамли жамият учун бу зарурий шарт ва замон талаби ҳисобланади. Шунга қарамасдан мазкур ҳисоб-китоб усулида юзага келиши мумкин бўлган хавфларни олдини олиш чоралари кўчайтириш, банк карталаридан ма-

блағларни ноқонуний ечиш билан шуғулланаётган фирбгарларнинг турли ҳаракатларидан ишончли ҳимоятимини яратиш зарур. Шу билан бирга, банк карталарини очаётган банк ва карта эгалари ўртасида тузи-

ладиган шартномаларнинг мазмунини аниқлаштириш ҳамда банкнинг картадаги маълумотлар махфийлиги ҳамда сир сақланиши кафолатлаш мажбуриятларини белгилаш мақсадга мувофиқдир.

Адабиёт:

1. Царегородцева Г. Ю. Развитие коммерческого расчета в системе рыночного хозяйства в организациях АПК: Автореф. Дис.... канд. юрид. наук. — Вологда: 2002.
2. Финансы предприятий: учеб. Пособий/ Под. Ред. А. Д. Аюшиева. — Иркутск: 2003.
3. Винокуров Г. М. Экономический механизм и его развитие на основе коммерческого расчета в сельском хозяйстве // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2006. № 2.
4. Попова Л. Е. Правовое регулирование расчетов в Российской Федерации: Автореф. дис... канд. юрид. наук. — Санкт-Петербург: 2007.
5. Гражданское право. Ч II. Учебник // под. ред. А. П. Сергеева, Ю. К. Толстого. — М.: Велби, 2003.
6. Фуқаролик ҳуқуқи. II-қисм // Масъул муҳаррир: Ҳ.Раҳмонқулов ва И. Б. Зокировлар. — Тошкент: Илм-Зиё, 2008.
7. Зокиров И. Б. Фуқаролик ҳуқуқи. I-қисм. — Тошкент: ТДЮИ, 2009.
8. Раҳмонқулов Ҳ. Мажбурият ҳуқуқи. — Тошкент: ТДЮИ, 2005.
9. Коваленко Е. Ю. Правовое обеспечение расчетных отношений в предпринимательской сфере: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — Алматы: 2002.
10. Товмасын Р. Э. К вопросу о безналичных расчетах: финансово-правовой аспект // Вестник Адыгейского государственного университета. 2011. — № 1.
11. Недорезков В. В. Правовое регулирование расчетов в сфере агропромышленного производства: Автореф. дис.... канд. юрид. наук. — Уфа: 1999.
12. Қаранг: Бобоқулов С. Б. Иқтисодий ислоҳотлар жараёнида ижара шартномасини такомиллаштиришнинг ҳуқуқий муаммолари. — Тошкент: Илм-Зиё, 2007.
13. Гражданское право. Ч II. Учебник // под. ред. А. П. Сергеева, Ю. К. Толстого. — М.: Велби, 2003.
14. Ранчинский К. Л. Вопросы правового статуса и регулирования электронных денег в странах ЕС // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Юридические науки», 2011. № 1.

Qimmatli qog'ozlar buxgalteriya hisobining ob'yekti sifatida me'yoriy-huquqiy asoslari

Djumayeva Guzal Axtamovna, stajyor assistent
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti (O'zbekiston)

Ushbu maqolada qimmatli qog'ozlarning iqtisodiy kategoriya ekanligi, respublikamizda uning turlari, buxgalteriya hisobida qimmatli qog'ozlar hisobini aktivlar sifatida takomillashtirish masalalari o'rganilgan.

Kalit so'zlar: aksiyalar, investitsiyalar, obligatsiyalar, omonat va depozit sertifikatlari, qimmatli qog'ozlar.

Нормативно-правовые основы ценных бумаг как объекта учета

Джумаева Гузал Ахтамовна, ассистент-стажер
Самаркандский институт экономики и сервиса (Узбекистан)

В данной статье рассматривается то, что ценные бумаги являются экономической категорией, их виды в нашей республике, а также вопросы совершенствования учета ценных бумаг как активов в бухгалтерском учете.

Ключевые слова: акции, инвестиции, облигации, сберегательные и депозитные сертификаты, ценные бумаги.

Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda qimmatli qog'ozlar yordamda investitsiya, to'lov, hisob-kitob va masalalar hal iqtisodiyotning muhim elementi hisoblanib, ular qilinadi. Qimmatli qog'ozlar iqtisodiy kategoriya sifatida

ma'lum bir tomondan pul xususiyatiga ega boshqaruv vositasi hisoblanadi. Respublikamizda moliya bozorini rivojlantirish borasida samarali islohotlar amalga oshirilmoqda. Moliya bozorining tarkibi hisoblangan qimmatli qog'ozlar bozori (fond bozori)ni rivojlantirishga katta e'tibor qaratilmoqda. Xususan, respublikamizda Prezidentimiz tomonidan 2020 yil 24-fevraldagi «Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida» gi PQ-4611-son Qarorning qabul qilinishi zamirida buxgalteriya hisobotlarini bosqichma-bosqich Moliyaviy Hisobning Xalqaro Standartlari (MHXS) talablariga moslashtirish kerakligi ko'rsatilgan. Bu albatta xorijiy investorlarni respublikamiz fond bozoriga kirib kelishini rag'batlantiradi hamda bu boradagi moliyaviy instrumentlar aksiya, obligatsiya, veksel, depozit va jamg'arma sertifikatlari va boshqa qimmatli qog'ozlar bilan bo'g'liq munosabatlarning rivojlanishiga olib keladi. Investorlarni jalb qilishning asosiy shartlaridan biri ularni qimmatli qog'ozlar to'g'risidagi ishonchli ma'lumotlar bilan ta'minlash hisoblanadi. Hozirgi kunda respublikamizda amalda bo'lgan hisobotlar foydalanuvchilar (investorlar)ning ehtiyojlarini to'liq qondirmaydi, chunki hisob va hisobotlarga soliq hisobi nuqtai nazaridan yondashiladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksiga asosan qimmatli qog'ozlarga quyidagi ta'rif berilgan: [1]

Mulkiy huquqlarni belgilangan shaklga va majburiy rekvizitlarga amal qilgan holda tasdiqlovchi hujjatlar qimmatli qog'ozlar hisoblanib, ularni taqdim etgan taqdirdagina mazkur huquqlarni amalga oshirish yoki boshqa shaxslarga berish mumkin bo'ladi. Qimmatli qog'ozlar jumlasiga quyidagilar kiradi: obligatsiya, veksel, depozit va jamg'arma sertifikatlari, konosament, aksiya va qonun hujjatlari bilan qimmatli qog'ozlar jumlasiga kiritilgan boshqa hujjatlar kiradi.

Qimmatli qog'ozlarga O'zbekiston Respublikasi «Qimmatli qog'ozlar bozori to'g'risida»gi Qonunda quyidagi ta'rif berilgan: [2]

qimmatli qog'ozlar — hujjatlar bo'lib, ular mazkur hujjatlarni chiqargan yuridik shaxs bilan ularning egasi o'rtasidagi mulkiy huquqlarni yoki qarz munosabatlarini tasdiqlaydi, dividendlar yoki foizlar tarzida daromad to'lashni hamda ushbu hujjatlardan kelib chiqadigan huquqlarni boshqa shaxslarga o'tkazish imkoniyatini nazarda tutadi.

Qimmatli qog'ozlarning metodologik masalalari o'zbekistonlik iqtisodchi olimlar I.Butikov, Sh.Shoxa'zamiy, J.Zaynalov tomonidan, qimmatli qog'ozlarga qilingan investitsiyalar hisobini takomillashtirish masalalari K.Urazov, S.Tashnazarov va boshqalar tomonidan tadqiq etilgan.

Bizningcha, qimmatli qog'ozlar bu qarz beruvchiga va yoki investorga belgilangan tartibda kelajakda ma'lum daromad olish uchun qonuniy ta'minlangan huquqni beruvchi moliyaviy vositadir.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolada abstrakt-mantiqiy fikrlash, qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv, ma'lumotlarni guruhlash usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Qimmatli qog'ozlar tannarx, likvidlik, rentabellik, muomala tezligi, investitsion salohiyat kabi iqtisodiy xususiyatlari bilan tavsiflanadi.

Qimmatli qog'ozlarning O'zbekiston Respublikasi «Qimmatli qog'ozlar bozori to'g'risida»gi Qonunda quyidagi turlari ko'rsatilgan: [2]

- Aksiyalar;
- Obligatsiyalar;
- G'azna majburiyatlari;
- Depozit sertifikatlari;
- Qimmatli qog'ozlarning hosilalari;
- Veksellar.

— Aksiya — o'z egasining aksiyadorlik jamiyati foydasining bir qismini dividendlar tarzida olishga, aksiyadorlik jamiyatini boshqarishda ishtirok etishga va u tugatilganidan keyin qoladigan mol-mulkning bir qismiga bo'lgan huquqini tasdiqlovchi, amal qilish muddati belgilanmagan, egasining nomi yozilgan emissiyaviy qimmatli qog'oz;

— Obligatsiya — emissiyaviy qimmatli qog'oz bo'lib, u obligatsiyani saqlovchining obligatsiyaning nominal qiymatini yoki boshqa mulkiy ekvivalentini obligatsiyani chiqargan shaxsdan obligatsiyada nazarda tutilgan muddatda olishga, obligatsiyaning nominal qiymatidan qat'iy belgilangan foizni olishga bo'lgan huquqini yoxud boshqa mulkiy huquqlarini tasdiqlaydi;

— O'zbekiston Respublikasining g'azna majburiyatlari — emissiyaviy qimmatli qog'ozlar bo'lib, ular emissiyaviy qimmatli qog'ozlar egalari O'zbekiston Respublikasining Davlat budjetiga pul mablag'lari kiritganligini tasdiqlaydi va bu qimmatli qog'ozlarga egalik qilishning butun muddati mobaynida qat'iy belgilangan daromad olish huquqini beradi;

— Depozit sertifikati — bankka qo'yilgan omonat summasini va omonatchining (sertifikat saqlovchining) omonat summasini hamda sertifikatda shartlashilgan foizlarni sertifikatni bergan bankdan yoki shu bankning istalgan filialidan belgilangan muddat tugaganidan keyin olish huquqini tasdiqlovchi noemissiyaviy qimmatli qog'oz;

— Qimmatli qog'ozlarning hosilalari — o'z egalarining boshqa qimmatli qog'ozlarga nisbatan huquqlarini yoki majburiyatlarini tasdiqlovchi va yuridik shaxslar tomonidan opsiyalar, qimmatli qog'ozlarga doir fyucherslar, depozitar tilxatlar va boshqa moliyaviy vositalar tarzida chiqariladigan qimmatli qog'ozlar;

— Veksel — veksel beruvchining yoxud vekselda ko'rsatilgan boshqa to'lovchining vekselda nazarda tutilgan muddat kelganda veksel egasiga muayyan summani to'lashga doir qat'iy majburiyatini tasdiqlovchi noemissiyaviy qimmatli qog'oz;

— 21-son BHMS ga asosan qimmatli qog'ozlarning hisobi 0610-«Qimmatli qog'ozlar» schyotida davlat foizli obligatsiyalari va mahalliy qarzlilar, aksiyalar va boshqa qimmatli qog'ozlarga qilingan uzoq muddatli investitsiyalarning mavjudligi va harakatining hisobi yuritiladi. Unga ko'ra aksiyalar, obligatsiyalar va boshqa qimmatli qog'ozlar 0610-«Qimmatli qog'ozlar» schyotining debetida ushbu qo'yilmalar hisobiga berilgan qiymatliklar hisobga olinadigan schotlar bilan

bog'langan holda hisobga olinadi. Korxonalarda qimmatli qog'ozlarni hisobga olish va ular hisobini yuritish uchun alohida subschyotlar ochish lozim, ya'ni 0611-»Aksiyalar», 0612-»Obligatsiyalar» kabi subschyotlarning ochilishi qimmatli

qog'ozlarning alohida turlari bo'yicha axborot olishni, ular hisobini yuritishni takomillashtiradi.

Qimmatli qog'ozlarni o'ziga xos bo'lgan ma'lum belgilariga ko'ra turli guruhlarga ajratishimiz mumkin:¹

1-jadval. Qimmatli qog'ozlarning belgilariga ko'ra tasniflanishi

Belgilariga ko'ra tasniflanishi	Qimmatli qog'ozlarning turlari
Amal qilish muddatiga ko'ra	—muddatli; —muddatsiz;
Kelib chiqishiga ko'ra	—birlamchi; —ikkilamchi;
Shakliga ko'ra	—qog'oz yoki hujjatli; —qog'ozsiz, hujjatsiz;
Mulkchilik shakliga ko'ra	—davlat qimmatli qog'ozlari; —nodavlat qimmatli qog'ozlar;
Muomalada bo'lishiga ko'ra	—bozorda sotiladigan; —bozordan tashqari sotiladigan qimmatli qog'ozlar;
Risk darajasiga ko'ra	—xavfsiz; —past xavli; —yuqori xavfli;
Daromad keltirishiga ko'ra	—yuqori daromadli; —kam daromadli; —daromad keltirmaydigan;
Mablag'larni yo'naltirish shakliga ko'ra	—qarz majburiyatli qimmatli qog'ozlar; —ulushli qimmatli qog'ozlar;

Qimmatli qog'ozlar iqtisodiy kategoriya sifatida quyidagi xususiyatlarga ega:

— Qimmatli qog'ozlar ustav kapitalga egalik huquqini bildiradi;

— Qimmatli qog'oz egasi bilan emitent o'rtasida kredit munosabatlari aks ettiriladi;

— Qimmatli qog'oz(aksiya) emitent daromadining bir qismini olish huquqini beradi;

— Aksiya egalari aksiyadorlik jamiyatlarini boshqarishda ishtirok etish huquqini beradi;

— Qimmatli qog'ozlarning bozor qiymatining o'sishidan daromad olish imkoniyatini beradi;

— Qimmatli qog'ozlar kredit olishda garov funksiyasini bajara oladi;

— Qimmatli qog'ozlar (aksiya, obligatsiya) korxonaga tugatilganda uning mulkidan ulush olish huquqini beradi.

Qimmatli qog'ozlarning yana bir asosiy xususiyati shundaki, uning fond bozorida oldi-sotdi predmeti bo'lib xizmat qilishida ko'rinadi, ya'nikim qimmatli qog'ozlar bozorda erkin yoki ba'zi cheklovlar bilan muomalada bo'lib, kapitalning bir emitentdan(investordan) boshqasiga o'tkazishni taminlaydi.

Adabiyot:

1. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksi 21.12.1995 2022 yil 1 avgustgacha bo'lgan o'zgartish va qo'shimchalari bilan.
2. O'zbekiston Respublikasi «Qimmatli qog'ozlar bozori to'g'risida»gi Qonun 2015 yil 03 iyun.
3. O'zbekiston Respublikasining «Buxgalteriya hisobi to'g'risida»gi Qonuni 2016 yil 13 aprel.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev 2020 yil 24 fevraldagi PQ-4611-sonli «Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarori
5. 12-son BHMS «Moliyaviy investitsiyalar hisobi»
6. 21-son BHMS «Ho'jalik yurituvchi sub'yektlarning moliyaviy-xo'jalik faoliyati buxgalteriya hisobi schyotlar rejasi va uni qo'llash bo'yicha yo'riqnomasi»
7. Ташназаров С. Н. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида молиявий ҳисобот: муаммо ва ечимлар. Монография. Т.: «Навруз» нашриёти, 2016й.-296 б.
8. Уразов К. Б. «Молиявий ҳисоб ва ҳисобот» Тошкент «Инновацион ривожланиш нашриёт-матбаа уйи» 2020, 370-бет

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 46 (441) / 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 30.11.2022. Дата выхода в свет: 07.12.2022.

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.