

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

ISSN 2072-0297

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



17 2025
ЧАСТЬ V

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 17 (568) / 2025

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, 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 Азизхон Боситхонович, доктор педагогических наук (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 Кутлуг-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 *Абхиджит Винаяк Банерджи* (1961), американский экономист индийского происхождения.

Абхиджит Банерджи родился в семье индийских ученых-экономистов Дипака и Нирмалы Банерджи. Он учился в Калькутском университете и в Университете Джавахарлала Неру в Нью-Дели, а докторскую степень получил в Гарвардском университете. Банерджи преподавал в Гарварде и Принстоне, работал в Массачусетском технологическом институте, где с 2003 года является международным профессором экономики фонда Форда.

Первоначально научные интересы Банерджи были связаны с экономической теорией информации, которой была посвящена его докторская диссертация. Наибольшее научное признание в этот период получила его статья «Простая модель стадного поведения», где было показано, что при принятии решений рациональные индивиды учитывают тот выбор, который был сделан до них другими индивидами, исходя из предположения о том, что другие индивиды могли располагать лучшей информацией, чем они.

Работая в Массачусетском технологическом институте, Банерджи обратился к проблемам экономического развития и стал в этой области одним из пионеров применения методов рандомизированных контролируемых исследований, привнес в экономическую науку опыт и методику клинических исследований в медицинской практике, где новые лекарственные препараты и методы лечения должны проходить проверку в ходе двойных слепых рандомизированных испытаний. Отказавшись от теоретических построений общего характера, основное внимание он стал уделять микроэкономическому анализу практических проблем, связанных с экономическим развитием.

На этом этапе научной карьеры ученицей, коллегой, основным соавтором публикаций, а затем и супругой Банерджи стала Эстер Дюфло, вместе с которой в 2003 году они основали лабораторию по борьбе с бедностью имени Абдула Латифа Джамиля при Массачусетском технологическом институте и стали ее содиректорами. Лаборатория является исследова-

тельской сетью, объединяющей ученых по всему миру. Задача лаборатории состоит в проведении рандомизированных контролируемых исследований для ответа на вопросы, имеющие решающее значение для борьбы с бедностью.

Чтобы определить, каковы барьеры, которые мешают бедным улучшить свое экономическое положение, Банерджи и Дюфло провели множество исследований эффективности конкретных программ помощи, получаемой населением беднейших стран от правительственных агентств, международных организаций и благотворительных фондов.

Для этого проводились полевые эксперименты, в которых результаты регионов, входящих в контрольную выборку, сравнивались с результатами регионов, входящих в выборку, которая подвергалась экспериментальному воздействию. Исследуемые программы помощи отличались масштабом и были нацелены на решение широкого круга проблем бедности — в области образования, здравоохранения, микрокредитования, гендерного неравенства, инфраструктуры, сельского хозяйства и др. Результаты исследований были обобщены в книге «Экономика бедных».

Банерджи являлся почетным советником многих организаций и органов власти, включая Всемирный банк и правительство Индии. В 2011 году журнал *Foreign Policy* назвал его одним из 100 ведущих мировых мыслителей. Генеральный секретарь ООН включил Банерджи в состав группы видных деятелей высокого уровня по вопросам разработки повестки дня в области развития на период после 2015 года. Абхиджит Винаяк Банерджи является почетным доктором Лёвенского католического университета, Высшей нормальной школы Лиона и Пенсильванского университета, а также членом Национальной академии наук США и лауреатом множества премий и наград, включая индийскую премию Infosys и премию по экономике памяти Альфреда Нобеля (2019).

*Информацию собрала ответственный редактор
Екатерина Осянина*

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОЛОГИЯ

- Бат-Эрдэнэ А., Улаанхуу О., Мунхсайхан Т.**
Влияние городской зелёной
инфраструктуры на снижение транспортного
шума в г. Улан-Баторе..... 315
- Тебенькова Н. Р., Умирбаева Б. Н.**
Оценка адаптационного потенциала
стеатоды большой (*Steatoda grossa*)
к воздействию бытовых чистящих средств
Azelit и Domestos 321

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Байдина Д. А.**
Повышение мотивации труда работников
ООО «Ерзовский» Частинского
муниципального округа Пермского края..... 325
- Булыгина Д. В.**
Институциональные и прикладные меры
по обеспечению налоговой безопасности
организации в современных условиях 328
- Герасев А. А.**
Оптимизация функций планирования
и прогнозирования в управлении вузом
посредством внедрения российских
программных решений..... 330
- Добровольский Е. А.**
Основные направления развития мировых
электронных площадок 332
- Исаенко Е. П., Павлов Д. С.**
Проблемы занятости в Острогском районе
Воронежской области..... 336
- Исмаилова Ф. В.**
Влияние концепции целей устойчивого
развития ООН на экономическую политику
Турции..... 338
- Комаров М. О.**
Корпоративная культура как ключевой
фактор повышения эффективности
и качества труда в ООО «Суксунское»..... 343

- Липницкий Е. Н.**
Повышение конкурентоспособности
предприятия..... 345
- Малюгина А. С.**
Методические и практические аспекты
понятия «налоговая нагрузка»..... 349
- Mikheeva A. R., Gapizova C. A., Komova S. P.,
Pорова А. А.**
Investments: does social responsibility really
increase financial profitability? 351
- Орозахунова А.**
Проблемы банковского кредитования
предприятий реального сектора экономики
в России 353
- Скрицкий Е. С.**
Экономические санкции как инструмент
международной торговой политики 357
- Степанищев С. А., Турищев Д. К., Петрич А. С.**
Разработка метода выявления структурных
изменений в рядах спроса на основе анализа
динамики остатков 360
- Степанов М. А.**
Проблемы организации управленческого
учета в научно-исследовательских
организациях 362
- Сурженко М. И.**
Цифровизация процессов управления
качеством на предприятии 364
- Сурженко М. И.**
Оценка потенциала развития системы
менеджмента качества методом
SWOT-анализа..... 366
- Ульянов Н. Б.**
Совершенствование бизнес-процессов
в IT-компаниях посредством финансового
моделирования..... 368
- Черкас Ф. Г.**
Оценка состояния национального рынка
масличных культур 370

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Кожевникова Д. В.

HR-бот как цифровой инструмент
формирования HR-бренда компании 374

Kramarev N. A.

Using humor in creating media content 376

Магомедов Ф. З.

Контент-маркетинг для B2B-рынка 377

Сильянов В. Г.

Направления и инструменты управления
системой коммуникации в организации 381

ФИЛОСОФИЯ

Беляновский Е. С.

Интеллигенция в современном
мире: российский контекст (философский
аспект) 384

ПРОЧЕЕ

Александров Е. М.

Развитие вагоностроения в 30-е годы
прошлого века. Технические решения
и личности 389

Корольков И. С.

Проблемы деятельности органов
управления по обеспечению сбора и обмена
информацией в области защиты населения
и территории от чрезвычайных ситуаций
на примере Томской области 391

ЭКОЛОГИЯ

Влияние городской зелёной инфраструктуры на снижение транспортного шума в г. Улан-Баторе

Бат-Эрдэнэ Ариунсанаа, PhD, доцент;
Улаанхуу Оюунжаргал, студент магистратуры;
Мунхсайхан Тугулдур, студент магистратуры
Монгольский государственный университет (г. Улан-Батор)

Рассматриваются вопросы увеличения уровня шума на улицах г. Улан-Батора, особенности шума, идущего от главной дороги города. В рамках исследования были проведены измерения уровня шума вдоль главной дороги от западного перекрестка до восточного перекрестка. Результаты измерений показывают, что эквивалентный уровень шума, установленная стандартом MNS4585:2016, превышена на более 10 дБА в течении суток, что указывает на необходимость внедрения мер по снижению и рассеиванию шума.

Ключевые слова: шумовое загрязнение, снижение уровня шума, автотранспорт, зеленая инфраструктура.

Введение

В последние годы, по всему миру уделяется особое внимание проблеме шумового загрязнения городских территорий и его негативным последствиям. Согласно международным стандартам ВОЗ по уровню шума 1999-го года, имеются доказательства того, что долгосрочные негативные последствия шума включают потерю слуха, высокое кровяное давление, сердечно-сосудистые заболевания, утомляемость, подавление иммунной системы, неврологические проблемы и неблагоприятное воздействие на рост и развитие детей [1, 2]. Повышенное артериальное давление у жителей, проживающих вдоль оживленных дорог с шумовым загрязнением выше 65 дБА, напрямую связано со средой проживания [3]. Поэтому крайне важно изучать шумовое загрязнение с разных точек зрения и находить способы его нейтрализации. В Монголии интенсивно происходит урбанизация, в результате чего 45 процентов населения страны проживает в Улан-Баторе [4]. По мере увеличения концентрации населения в городе, уровень шумового загрязнения превышает эквивалентного уровня, указанного в национальном стандарте MNS4585:2016 качество воздуха.

В Улан-Баторе основными источниками шумового загрязнения являются транспортные средства, такие как автомобили, тяжелая техника, поезда и строительство. Исследование самых шумных городов мира показало, что 75 % общего шума вызывается автомобильным транспортом, 8 % — железными дорогами, 12 % — самолетами и связанными с ними зданиями и 5 % — промышленными

предприятиями [5]. В Улан-Баторе было проведено несколько исследований с целью определения уровней шума, составления карты их распространения и изучения их потенциального воздействия на здоровье. Согласно исследованиям ученых, средний уровень шума вдоль главной дороги города Улан-Батора в 1996 году составлял 71 дБА, но к 2003 году этот уровень увеличился до 79 дБА. В 2014 году С. Дашзэвгом были выбраны восемь оживленных дорог и рассчитаны уровни шума в течение дня и было установлено средний уровень шума составлял 61.3–71.9 дБА [6]. В исследование Г. Намууном «Проблемы планирования для снижения уровня дорожного шума» в 2015 году пришло к выводу, что жители столицы подвергаются значительному риску потери комфортных условий проживания в здоровой окружающей среде [7].

Генеральная схема зеленой инфраструктуры Улан-Батора была разработана и утверждена в 1990 году. Хотя население Улан-Батора в прошлом быстро росло, количество зеленых насаждений в городе не увеличилось. Генеральный план развития Улан-Батора до 2020 года [8] предполагал, что в 2010 году площадь зеленых насаждений на душу населения в городе составит 15 м², а в 2020 году — 20 м², однако этот показатель не реализован. По данным исследования, проведенного профессиональной организацией в 2010 году, общая площадь зеленых насаждений в Улан-Баторе составила 202,3 га, а средняя площадь зеленых насаждений на человека составила около 1,89 м². В настоящее время зеленые зоны Улан-Батора в основном расположены в центре города, вдоль главных улиц, и состоят из улиц-садов, парков и скверов, постро-

енных в 1960–1980-х годах. Эти зеленые насаждения сегодня составляют основу зеленых насаждений столицы. Но за последние годы зеленые насаждения города были уничтожены из-за интенсивного строительства, отсутствия восстановительных работ после возведения зданий, строительства дорог и подземных инженерных сетей. Статистика также показывает, что количество высаженных деревьев и кустарников с каждым годом сокращается.

Растения широко используются для изоляции шума, и было установлено, что, когда звуковая энергия достигает кроны лиственных деревьев, они поглощают 26 % энергии.

Деревья, кустарники и растения, такие как листья, ветви и стебли травы, снижают уровень шума следующими способами: снижение уровня шума путем его поглощения, рассеивания, восприятия, преломления и ослабления. Например, для снижения уровня шума на главной улице с 90–95 дБА до 30 дБА только за счет посадки деревьев необходимо создать полосу шириной 500 м (таб.1). Учитывая шумопоглощающую способность деревьев, можно правильно организовать посадку деревьев и строительство полос. В зависимости от этого варьируется и степень шумоподавления.

Таблица 1. Звукопоглощающая способность древесины [9]

Ширина полосы с установкой (м)	Уровень шумоподавления (дБА)	Полосовая структура со вставками
10–20	5–8	Ряд кустарников образует живую изгородь, а крупные деревья высажены рядами, образуя узор, напоминающий шахматную доску.
20–30	8–10	2 ряда полос на расстоянии 3–5 метров между ними
25–30	10–20	2–3 ряда полос с расстоянием между ними 3 метра

Целью данного исследования является определение уровня шума вдоль главных дорог и выявление показателей снижения шума за счет зеленой инфраструктуры в застроенных районах Улан-Батора.

Метод и материалы исследования

Для определения уровня шума, создаваемого автотранспортом на главной дороге, которые являются основным источником шума в застроенной зоне города Улан-Батора, измерения проводились двумя способами: маршрутным и точечным. Маршрутные измерения были организованы для определения уровня шума на пешеходов вдоль главной дороги (рис.1). В то время как то-

чечные измерения были выбраны для мест как БЭ и РД (таб.2) с определенной площадью зеленой инфраструктуры, чтобы рассмотреть возможность снижения уровня шума растительным покровом.

Во время маршрутного исследования выполняли измерения вдоль тротуара по главному дорогу на крупных перекрестках СП-ЦП-ВП с 15-минутной остановкой (Таб. 3). Продолжительность измерения составляла 90 минут. Чтобы определить разность условия уровня шума от движения транспорта и времени суток были выбраны дни 2023.09.24 /обычный выходной день/, 2023.09.25 /день без автомобиля / и день, вечер и ночные часы.

Измерения проводились с помощью прибора Casella CEL 63X (рис.2). Шумомер Casella CEL 63X соответствует



Рис. 1. Местоположение измерения уровня шума

Таблица 2. Местоположение и частота измерения уровня шума

Точка измерения	Опр.	Географическое положение		Част., раз	Прод., всего мин	Дата, база данных
		С.Ш.	В.Д.			
Лицей «Байгал Эх»	БЭ	47°55'33»	106°55'42»	5	1740	52200
Родильный дом	РД	47°55'04»	106°55'43»	1	15	450
Западный перекресток	ЗП	47°54'55».	106°53'51»	3	45	2700
Центральный перекресток	ЦП	47°55'01»	106°54'57»	3	45	2700
Восточный перекресток	ВП	47°55'08»	106°56'39»	3	45	2700

стандартам IEC 61672/60651 и ANSI S1.4. Перед каждым измерением проводилась калибровка с помощью кали-

братора Casella CEL-120/2 для контроля погрешностей измерений и калибровки по 94А.



Рис. 2. Casella CEL 63X

Прибор Casella CEL 63X был установлен на штатив для камеры на высоте 1.5м от поверхности земли. Результаты исследования были выражены в эквивалентных уровнях шума, для их расчета использовалась следующая формула [16].

$$L_{eq} = 10 * \frac{\log_{10} \left(\sum_{i=1}^n \frac{L_i}{10} \right)}{N} \quad (1)$$

L_i — средний уровень звукового давления в районе

N — количество точек, измеренных в интервале T шумной среды

L_{aeq} — равномерный уровень непрерывного звукового давления

L_{eq} — эквивалентный постоянный уровень звука

Результат исследования

Результаты маршрутных измерений показывают, что уровень шума вдоль главной дороги превышает стандарт качества воздуха MNS:4585–2016 независимо от движения транспортных средств. В дни измерений общий уровень L_{eq} (1 час 30 минут) был измерен 24 и 25 сентября и составил 72.8 дБА и 66.9 дБА днем и 72.1 дБА и

70.1 дБА вечером соответственно. Однако уровни, измеренные в день без автомобилей, на 5–7 дБА ниже уровней в день с автомобилями.

Поскольку уровень шума был высоким независимо от движения транспортных средств, 28.09.2022 были проведены ночные измерения, чтобы определить, наличие изменения в течение суток. Национальный стандарт MNS4585:2016 качества воздуха [24] гласит, что эквивалентный уровень шума не должен превышать 45 дБА в период с 23:00 до 07:00. Ночные измерения проводились в период с 02:30 до 04:00, по маршрутам аналогичен с предыдущим измерениям. Среднее измеренное значение 63.8 дБА оказалось на 18.8 дБА выше стандартного значения, как показано на рис 4. Результат в первую очередь показывает, что на главной дороге города происходит более или менее непрерывном движении в течение 24-часового периода. Это может быть связано со специальными гудками транспортных средств, водителями, которые громко слушают музыку ночью, резкими остановками и поворотами, а также с тем фактом, что крупногабаритные транспортные средства могут проезжать только по центру города ночью.

Родильный дом «Урго», один из крупнейших больниц, расположенных вдоль главной дороги, и представ-

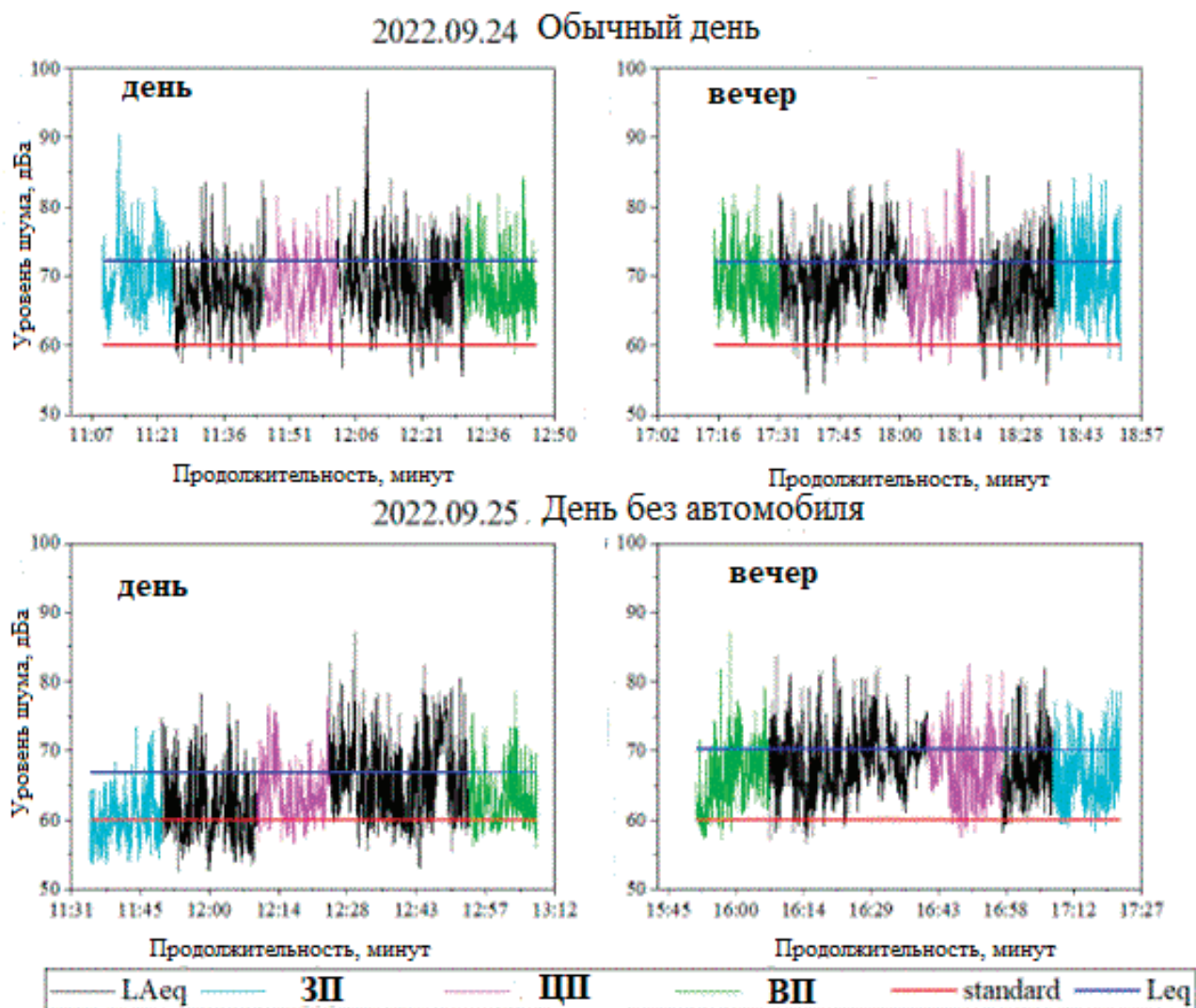


Рис. 3. Уровень шума при наличии и в отсутствии движения транспорта, дБА

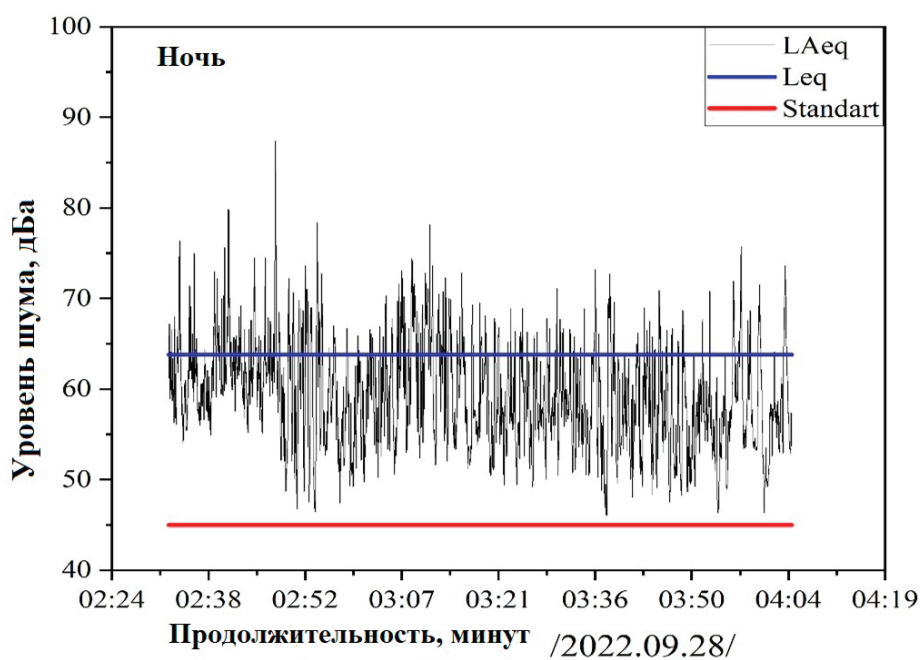


Рис. 4. Уровень шума вдоль главной дороги в ночное время

ляет собой родильный дом и стационар для беременных женщин из четырех основных районов Улан-Батора. Измерения уровня шума в больничной зоне проводились 27 июля на точке, где росли садовые кустарники средней высотой 2 метра. Уровень шума, измеренный в этой точке, составил 59 дБА, что не превышает нормативного значения (см. Рис. 5а). Также аналогичные измерения были проведены перед Центром развития учителей, где площадь полностью покрыт цементом, расположенным на противоположной стороне дороги (см. Рис. 5в), и среднее значение составило 70 дБА (см. Рис. 5б). Это на 11.7 дБА выше, чем результаты измерений, проведенных в саду РД «Ургу».

В школе «Байгал Эх» имеется экологический парк (микросад) площадью 0.9 гектара. В данный момент в саду произрастает более 3500 деревьев и кустарников около 30 видов хвойных и лиственных деревьев, декоративных и плодовых деревьев. Измерения проводились

в школьной зоне в течение 2 лет с периодичностью в 3 часа: утром, днем и вечером, в течение 8 сезонов. Были проведены измерения для подтверждения того, приводит ли влияние растительности на дисперсию скорости звука на каждые 10 м от источника к снижению шума. Измерения проводились сезонно, чтобы рассмотреть влияние стадии развития растений на способность рассеивания шума. Результаты показаны в таблице 3 и на графиках 6 и 7.

Летом способность рассеиванию шума экологического парка была выше, чем в других сезонах и достигала в среднем на 7–10 дБА. Также разница между территориями с растительным покровом и территориями без растительности составляло 7–10 дБА.

Измерения в саду лицея «Байгал-Эх» показывали, что уровень шума снижается на 5 дБА на каждые 10 м от дороги (рис. 6 и 7).

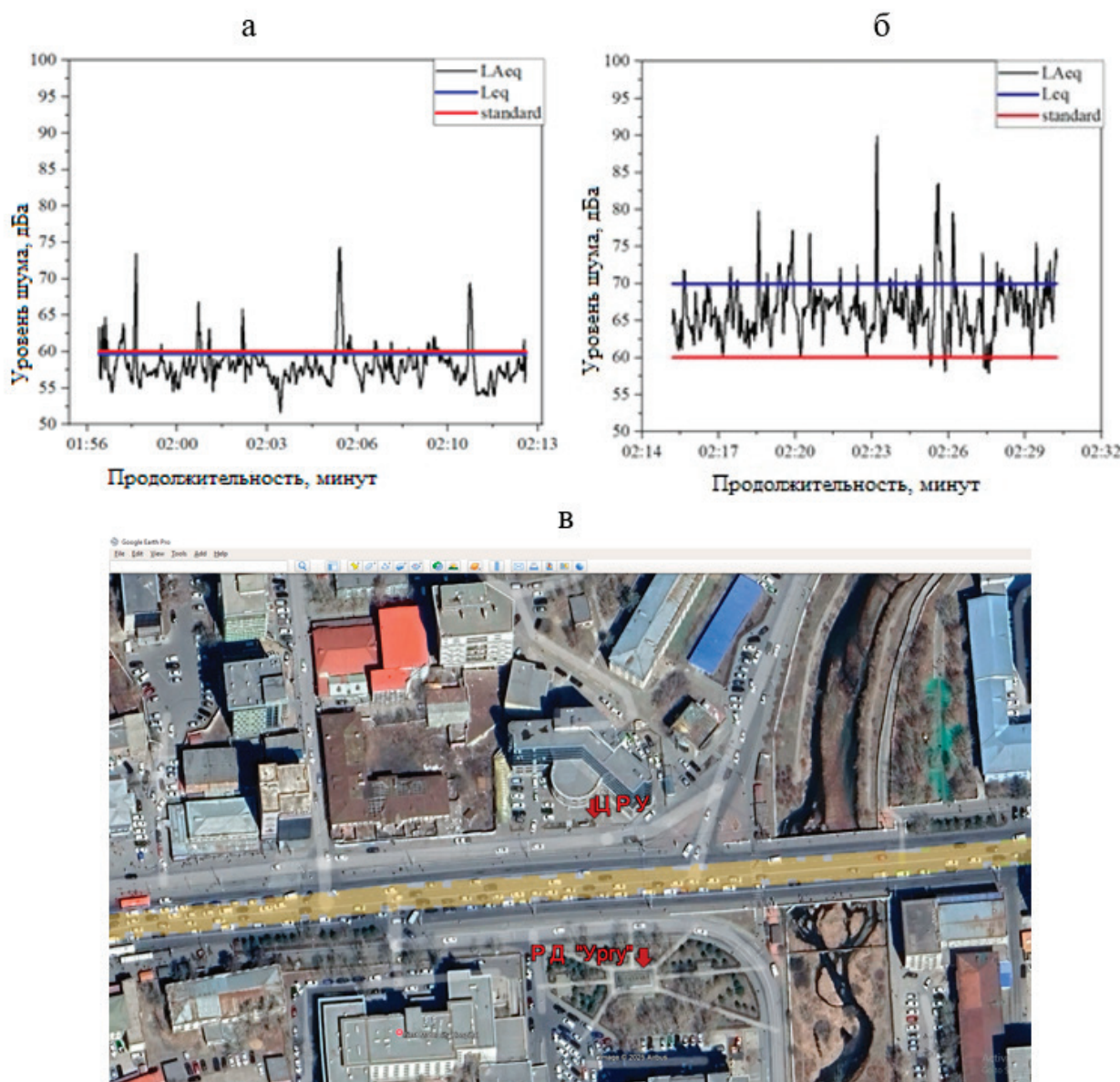


Рис. 5. Уровень шума, измеренные вдоль главной дороги г. Улан-Батора: а) Измерение в саду при РД «Ургу»; б) Измерение у здания Центра развития учителей; в) Местоположения измерения уровня шума

Таблица 3. Уровень распространения шума, измеренный в саду лицей Байгал-Эх, дБА

	Утро				День				Вечер			
	0м	10м	20м	30м	0м	10м	20м	30м	0м	10м	20м	30м
Лето	71.3	60.5	54.3	52.5	66.3	58.6	52.8	51.6	65.5	58.4	54	49.5
Осень	65.9	58	52.8	50	64.6	60.1	57.3	53.9	67.5	61.2	56.7	52.8
Весна	66.5	58	53.2	52.6	65.1	56.9	56.2	53	66.5	55.8	54.1	53.7



Рис. 6. Рассеивание шума от автодороги в саду лицей Байгал Эх (Весна)

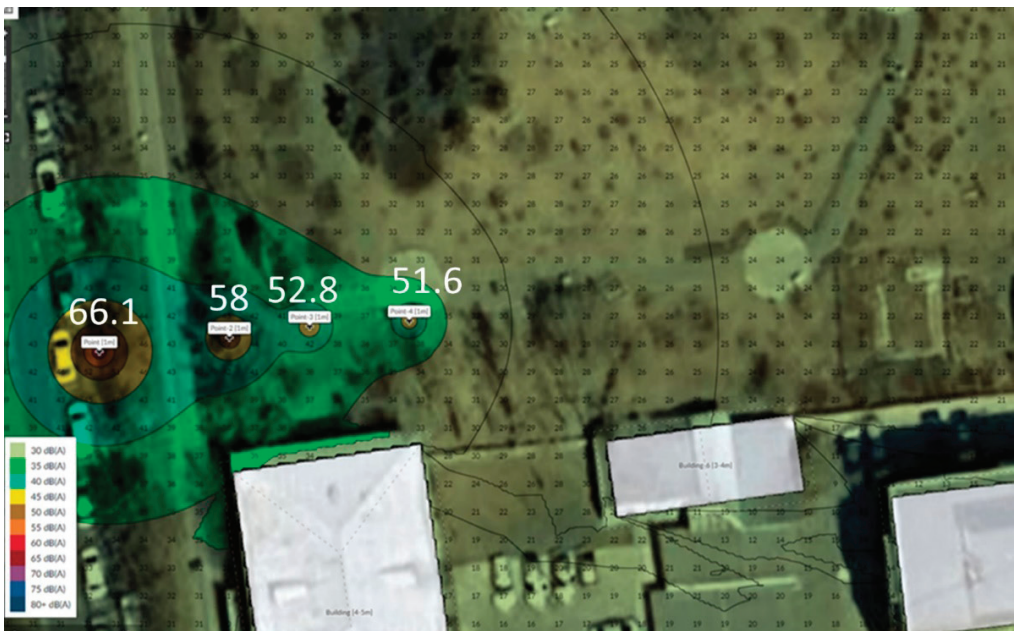


Рис. 7. Рассеивание шума от автодороги в саду лицей Байгал Эх (Лето)

Вывод

Уровень шума г. Улан-Батора увеличивается с каждым годом и превышает предельно допустимого уровня, установленный стандартом MNS 4585:2016, что свидетель-

ствует о необходимости принятия мер по снижению и рассеиванию. Результаты маршрутного исследования показали, уровень шума вдоль главной дороги выше 65 дБА от независимо от времени суток и колебались 67.5–70.7 дБА. Это условие подтверждает, что жители столицы

подвергаются значительному риску потери комфортных условий проживания в здоровой окружающей среде. Результаты измерения, проведенного в местах, имеющих зеленые насаждения, выявили, что уровень шума срав-

нительно ниже и в пределах стандарта. Наш результат показал, что одним из методов по снижению уровня шума может быть правильное планирование зеленой инфраструктуры города.

Литература:

1. WHO Environmental Noise; 2022;
2. Babisch W. Transportation Noise and Cardiovascular Risk: Updated Review and Synthesis of Epidemiological Studies Indicate That the Evidence Has Increased.. Noise Health 2006, 8, 1–29.
3. The Lancet Regional Health — Europe Noise Pollution: More Attention Is Needed. The Lancet Regional Health — Europe 2023, 24.
4. Н.Түгжсүрэн Физик Экологи; II.; БЕМБИ САН: Улаанбаатар, 2012; Vol. 1.
5. Д. А. Куклин. 2014, 16–18.
6. С.Дашзэвэг Улаанбаатар Хотын Тээврийн Хэрэгслээс Үүдэлтэй Дуу Шуугианы Түвшний Үнэлгээ. Магистр, Монгол улсын их сургууль: Улаанбаатар, 2014.
7. Г.Намуун Гудамж Замын Дуу Шуугианы Бохирдлыг Бууруулах Төлөвлөлтийн Асуудалд. Магистр, Монгол Улсын Их Сургууль: Улаанбаатар, 2016.
8. State Great Khural Ulaanbaatar 2020 Master Plan and Development Approaches for 2030. General Summary for Public 2014, 1–25.
9. Ж.Гомбо Хотжихуй Ба Амьдрах Орчин; Улаанбаатар, 2014;

Оценка адаптационного потенциала стеатоды большой (*Steatoda grossa*) к воздействию бытовых чистящих средств Azelit и Domestos

Тебенькова Надежда Руслановна, студент;

Умирбаева Балшекер Нурлановна, студент

Научный руководитель: Буркитбаева Улжан Дуйсенбаевна, доктор PhD, ассоциированный профессор

Торайгыров университет (г. Павлодар, Казахстан)

*В статье представлены результаты исследования адаптационного потенциала стеатоды большой (*Steatoda grossa*) к воздействию бытовых чистящих средств Azelit и Domestos. В ходе эксперимента оценивались выживаемость, поведенческие реакции и физиологические изменения у пауков при контакте с сублетальными концентрациями данных препаратов. Установлено, что *Steatoda grossa* демонстрирует частичную толерантность к исследуемым веществам, что может свидетельствовать о наличии механизмов адаптации к антропогенным факторам среды. Полученные данные важны для понимания экологической пластичности вида и возможных последствий использования бытовой химии в местах его обитания.*

Ключевые слова: *Steatoda grossa*, бытовые чистящие средства, адаптационный потенциал, экологическая устойчивость, антропогенное воздействие.

Введение

Бытовые чистящие средства, содержащие широкий спектр химических соединений, являются неотъемлемой частью современной жизни. Вместе с тем их повсеместное использование приводит к попаданию этих веществ в окружающую среду, оказывая потенциальное негативное воздействие на нецелевые организмы, включая почвенных и наземных беспозвоночных. Несмотря на многочисленные исследования, посвященные токсическому влиянию отдельных химических компонентов бытовой химии на различные виды животных, остается недостаточно изученным адаптационный потенциал ор-

ганизмов к хроническому воздействию данных веществ в условиях, приближенных к реальным сценариям загрязнения [1, с. 180].

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающим объемом использования бытовой химии и необходимостью оценки долгосрочных экологических последствий ее воздействия на наземные экосистемы.

Steatoda grossa (обыкновенный ложный черный паук) — широко распространенный синантропный вид, часто встречающийся в жилых помещениях и подвергающийся постоянному воздействию бытовых химикатов. Изучение реакции этого вида на токсическое воздействие представляет особый интерес, поскольку может служить

моделью для оценки устойчивости других членистоногих к антропогенному загрязнению [2, р. 367].

Целью данного исследования является оценка адаптационного потенциала *Steatoda grossa* к последовательно возрастающим концентрациям бытовых чистящих средств Azelit и Domestos в лабораторных условиях.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Определить динамику изменения поведенческой активности (реакция на тактильный стимул) *S. grossa* под воздействием Azelit и Domestos.
2. Оценить смертность *S. grossa* при различных концентрациях Azelit и Domestos.
3. Сравнить реакцию *S. grossa* на воздействие Azelit и Domestos с контрольной группой, не подвергавшейся воздействию.

Научная новизна данного исследования заключается в следующем: впервые исследована динамика поведенческой активности *Steatoda grossa* под воздействием последовательно возрастающих концентраций комплексных бытовых чистящих средств Azelit и Domestos, что имитирует влияние хронического загрязнения бытовой химией на живые организмы.

Выявлено, что *Steatoda grossa* проявляет способность к адаптации к высоким концентрациям данных чистящих средств, демонстрируя восстановление активности после начального периода угнетения.

Получены данные о смертности *Steatoda grossa* при различных концентрациях Azelit и Domestos, позволяющие оценить уровень токсического воздействия и потенциальные риски для популяций пауков в условиях антропогенного загрязнения.

Результаты данного исследования внесут вклад в понимание механизмов устойчивости членистоногих к антропогенному загрязнению и могут быть использованы для разработки более эффективных стратегий оценки экологического риска, связанного с использованием бытовой химии.

Материалы и методы исследования

Стеатода крупная (лат. *Steatoda grossa*) — вид пауков рода *Steatoda* (рис. 1). Пауки этого вида обитают во многих частях мира. Название «ложная черная вдова» указывает, что паук внешне напоминает черную вдову и других опасных пауков рода *Latrodectus* [3, с. 95]. Как и черные вдовы, самки крупной стеатоды имеют длину 6–10,5 мм и круглое вздутое брюшко темного цвета. Типичная окраска колеблется от пурпурно-коричневого до черного, со светлыми цветными пятнами. В отличие от черных вдов, *S. grossa* не имеет ярко-красного узора в виде песочных часов или любых других ярких отметин. Как и у многих пауков, самцы меньше самок. Его длина составляет 4–6 мм, и он тоньше, чем самка. Оба пола окрашены одинаково, однако половозрелый самец почти всегда имеет более светлый окрас, его ноги более красного цвета, чем у самки. Эти пауки могут полинять до шести раз до достижения зрелости. Они могут жить несколько месяцев без кормления при условии, что имеют доступ к воде. Сытая самка способна отложить три кокона или больше в год. Каждый кокон обычно содержит 40–100 яиц. При нормальной домашней температуре и влажности паучата вылупляются в течение месяца [4, с. 63].

С 22 февраля по 1 марта 2025 г. было проведено исследование по оценке влияния последовательно возрастающих концентраций бытовых чистящих средств Azelit и Domestos на поведенческую активность и выживаемость *Steatoda grossa*. Мы провели эксперимент с использованием методики контактного воздействия раствора с данным видом пауков. Для исследования были выбраны Azelit и Domestos, так как они являются одними из более распространенных бытовых веществ. Azelit — это минерал, представляющий собой гидратированный сульфат алюминия; состав: ≥ 30 % вода, < 5 %: неионогенные ПАВ, соль ЭДТА, гидроксид натрия, гидроксид калия, органический растворитель, ароматизирующая добавка [5]. Состав Domestos: 5 % гипохлорит натрия, 5 % анионные



Рис. 1. Стеатода крупная (*Steatoda grossa*)

Примечание. Фотография взята из открытого источника.

ПАВ, 5 % неионогенные ПАВ, 5 % мыло, 5 % отдушка; дезинфицирующий компонент — гипохлорит натрия (2,7–3,3 %) [6].

Экспериментальная группа в количестве 10 особей содержалась в индивидуальных пробирках при контролируемой температуре (22 ± 1 °C) и влажности (60 ± 5 %). Контрольная группа в количестве 5 особей содержалась в аналогичных условиях, но без воздействия чистящих средств. Всего нами было собрано 15 особей, найденных в подвалах жилых домов.

В течение семи дней в экспериментальные пробирки ежедневно добавляли Azelit или Domestos в последовательно увеличивающихся концентрациях от 0,1 до 5 %. Для оценки поведенческой активности регистрировали количество реакций на тактильный стимул (количество

движений конечностями). Измерения проводились ежедневно перед добавлением чистящего средства. Также регистрировалась смертность особей в каждой группе.

Результаты и их обсуждение

Проведенное исследование показало, что на начальном этапе воздействия наблюдалось значительное снижение количества реакций на тактильный стимул в экспериментальной группе по сравнению с контрольной. Однако начиная с третьего дня эксперимента у части особей отмечалось постепенное восстановление активности, а также повышение толерантности к более высоким концентрациям Azelit и Domestos. Динамику активности мы свели в таблицу 1.

Таблица 1. Результаты наблюдений исследования

Группа	День	Концентрация, мл	Реакции	Смертность
К	1	0	Пауки активны, реагируют на прикосновения	0
А	1	0,1	Небольшое снижение активности	0
Д	1	0,1	Небольшое снижение активности	0
К	3	0	Активность в норме	0
А	3	0,5	Значительное снижение активности, анабиоз	0
Д	3	0,5	Значительное снижение активности, анабиоз	0
К	5	0	Активность в норме	0
А	5	2	Пауки начали проявлять активность	0
Д	5	2	Пауки начали проявлять активность	0
К	7	0	Активность в норме	0
А	7	5	Восстановление активности	0
Д	7	5	Восстановление активности	0

Примечание. В таблице использованы следующие обозначения: К — контрольная группа; А — группа, подверженная воздействию Azelit; Д — группа, подверженная воздействию Domestos.

Заключение

В нашем исследовании была предпринята попытка оценить адаптационный потенциал обыкновенного ложного черного паука (*Steatoda grossa*) к воздействию последовательно возрастающих концентраций бытовых чистящих средств Azelit и Domestos. Полученные результаты свидетельствуют о том, что *S. grossa* проявляет определенную устойчивость к этим веществам, демонстрируя способность к восстановлению поведенческой активности после начального периода угнетения. Установленная способ-

ность к адаптации, вероятно, связана с активацией механизмов детоксикации.

Данное исследование вносит вклад в понимание экологических рисков, связанных с использованием бытовых чистящих средств, и подчеркивает важность учета комплексного воздействия загрязняющих веществ на нецелевые организмы в условиях антропогенной среды. Результаты могут быть использованы для изучения воздействия загрязняющих веществ, используемых в жилых помещениях, на данный вид пауков и другие живые организмы.

Литература:

1. Лыгин, С. А. Экологические аспекты использования синтетических моющих средств в быту и промышленности / С. А. Лыгин, Р. Р. Нуртдинова // Естественные и математические науки в современном мире. — 2014. — № 16. — С. 178–184.
2. Levi, H. W. The spider genera *Crustulina* and *Steatoda* in North America, Central America, and the West Indies (Araneae, Theridiidae) / H. W. Levi // Bulletin of the Museum of Comparative Zoology. — 1957. — Vol. 117, № 3. — P. 367–424.
3. Семенова, Л. С. Пауки : познавательная иллюстрированная энциклопедия для всей семьи / Л. С. Семенова. — М. : Эксмо, 2022. — 146 с.

4. Есюнин, С. Л. Аннотированный список пауков Республики Башкортостан / С. Л. Есюнин // Материалы по флоре и фауне Республики Башкортостан / отв. ред. В. А. Валуев. — Уфа : РИЦ БашГУ, 2015. — Вып. 9. — С. 3–91.
5. GRASS : офиц. сайт компании. — URL: <http://grass.su/> (дата обращения: 02.04.2025).
6. Спрей чистящий «Доместос» универсальный. — URL: <https://lavka.yandex.ru/good/chistyashee-sredstvo-domestos-universalnyj-sprej-500-millilitre> (дата обращения: 02.04.2025).

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Повышение мотивации труда работников ООО «Ерзовский» Частинского муниципального округа Пермского края

Байдина Дарья Алексеевна, студент

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

В данной статье представлены результаты изучения системы мотивации персонала на примере одного из сельскохозяйственных предприятий Пермского края — ООО «Ерзовский». Оценено влияние используемых методов, даны рекомендации по ее совершенствованию и развитию.

Ключевые слова: сотрудники, мотивация, система стимулирования.

Введение. Современные экономические и социальные преобразования подчеркивают критическую роль человеческого капитала, концентрируясь на его трансформации и переосмысляя его функцию внутри социальных структур.

Материалы и методы. Теоретической основой исследования стали научные труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам конкурентоспособности продукции компании. Информационную основу составляют финансово-экономическая и статистическая документация ООО «Ерзовский». Ключевыми инструментами, применёнными в исследовании, выступили следующие методы: анализа и синтеза, статистический, расчетно-конструктивный, экономико-статистический метод моделирования.

Результаты исследований. Компании, которые придают особое значение управлению человеческими ресурсами как основной части своего бизнеса и нацелены на постоянное стимулирование персонала, демонстрируют более высокий уровень результативности, таким образом, для организаций критически важно удачно управлять человеческими факторами — их ценностями и особенностями, которые обеспечивают конкурентные преимущества [1].

Термин «мотивация», корнями уходящий в латинское «*movere*», несет значение движения [2]. А слово «мотивировать» тесно связано с идеей активного побуждения к действиям, что предполагает воздействие на человека для устойчивой и усердной работы [3].

А. М. Колот выделяет потребности ключевых участников процесса мотивации, сводя их к трем основным категориям: материальным, трудовым и статусным. Таким образом, мотивационные усилия можно классифицировать на материальные (заработная плата, премии, бонусы, льготы) и нематериальные (трудовые, статусные) [4].

В качестве объекта исследования выбрано современное сельскохозяйственное предприятие ООО «Ерзовский», специализирующееся на разведении крупного молочного рогатого скота и производстве сырого молока. ООО «Ерзовский» относится к группе значимых предприятий Частинского МО и занимает 7-е место в рейтинге компаний округа по выручке. Общество реализует свою продукцию ООО «Вемол» (Пермский край, Верищагинский район, г. Верещагино) и ООО ПФК «Беркуты» (Удмуртская республика, Воткинский район, д. Беркуты). Также активно участвует в поддержке местного населения, являясь, например, главным спонсором ежегодного Рождественского турнира по волейболу.

Из информации, взятой из государственного информационного ресурса «БФО» [5], становится ясно, что показатели ООО «Ерзовский» за отчетный период демонстрируют как положительные, так и отрицательные тенденции (таблица 1). В результате анализа ключевых финансовых показателей установлено следующее: финансовое состояние предприятия значительно лучше финансового состояния половины всех микропредприятий, занимающихся тем же видом деятельности.

Данные таблицы 1 показывают существенное увеличение выручки от продаж (+ 6 132 тыс. руб.). Увеличение чистой прибыли составило 4 623 тыс. руб., что сигнализирует о росте рентабельности продаж более чем на 20 %. Наблюдается улучшение показателя фондоотдачи, увеличившегося на 0,32 тыс. руб./тыс. руб., что свидетельствует об эффективном использовании производственных активов. Позитивным вектором изменений можно считать увеличение численности рабочей силы: в 2023 году предприятие увеличило штат на 4 человека. Тем не менее, зафиксированное снижение го-

Таблица 1. Основные технико-экономические показатели ООО «Ерзовский», 2021–2023 гг.

Показатели	Период			Изменение	
	2021	2022	2023	2022г./2021г	2023г./2022г
Выручка, тыс.руб.	41 461	48 688	47 593	+7 227	-1 095
Прибыль (убыток) от продаж, тыс.руб.	-1 422	621	5 666	+2 043	+5 045
Чистая прибыль (убыток)	2 389	4 261	7 012	+1 872	+2 751
Численность ОПП, чел.	41	45	49	+4	+4
Фондоотдача, тыс.руб. / тыс.руб.	1,12	1,31	1,46	+0,20	+0,15
Производительность труда, тыс.руб./чел.	1011,24	1081,96	971,29	+70,71	-110,67
Рентабельность продаж, %	-3,43	7,64	18,14	+11,07	+10,50

довой производительности труда на 39,95 тыс. руб./чел. в 2023 году вызывает обеспокоенность, так как указывает на сложности в оптимизации трудовых процессов.

Большинство работников ООО «Ерзовский» имеют многолетний опыт работы в сфере сельского хозяйства. Они обладают глубокими знаниями в области агрономии, зоотехнии, биологии и экологии, часто приобретают опыт непосредственно на земле и в полевых условиях. Умение управлять сельскохозяйственной техникой, проводить агрономические исследования или осуществлять уход за животными — важные аспекты их профессии.

В ООО «Ерзовский» практикуется система премирования, где основным критерием является отсутствие убытков в ходе текущего финансового года. Следует подчеркнуть, что премия не гарантирована для каждого члена коллектива. Сотрудник может быть лишен премиальных выплат полностью или частично за такие нарушения, как пропуски без уважительных причин, утрата имущества фирмы, пребывание на рабочем месте в нетрезвом состоянии или употребление спиртных напитков в рабочее время.

Размер доплат и надбавок устанавливаются администрацией ООО «Ерзовский» представлен в таблице 2.

При невыполнении основного показателя ежемесячная премия специалистам и служащим выплачивается дифференцированно по шкале, которая отражена в таблице 3.

Руководство ООО «Ерзовский» акцентирует внимание на формировании благоприятной среды для трудовой деятельности, предусматривая различные льготы и гарантии для сотрудников. Важнейшие из социальных программ включают следующее:

— Своевременные выплаты из средств Фонда социального страхования предоставляются в рамках таких программ, как компенсации по временной нетрудоспособности, поддержка в период беременности и родов, выплаты при рождении ребенка, а также ежемесячные пособия по уходу за ребенком до достижения им полутора лет и возмещение расходов на похороны. Эти и другие льготы предусмотрены коллективным договором компании и соответствуют положениям Фонда социального страхования РФ.

Таблица 2. Сведения о размерах доплат и надбавок

Доплаты и надбавки	Размер
Совмещение должностей	25 % от оклада отсутствующего сотрудника
Работа в ночное время	в 1,5 размере от оклада
Работа в праздничные дни	в 2 размере от оклада
Сверхурочная работа	первые 2 часа в 1,5 размере от оклада, последующие в 2 размере
Преданность компании	от 3–5 лет — 5 %; 5–10 лет — 10 %; 10–15 лет — 15; свыше 15 лет — 20 %

Таблица 3. Дифференцированная шкала ежемесячной премии сотрудников ООО «Ерзовский»

№	Процент выполнения плана, %	Процент премии, %	№	Процент выполнения плана, %	Процент премии, %
1	100	100	6	95	90
2	99	98	7	94	88
3	98	96	8	93	86
4	97	94	9	92	84
5	96	92	10	91	82
			11	90 и ниже	80

— Финансовое содействие сотрудникам выполняется регулярно — предоставляется помощь при утрате близкого члена семьи. Также осуществляется финансовая поддержка при заключении брака, рождении ребенка.

Результаты исследований. Несмотря на то, что система неденежного стимулирования персонала является важнейшим фактором социальной стабильности, в ООО «Ерзовский» она является неразвитой. Таким образом, действующая на предприятии система мотивации нуждается в модернизации. В связи с чем был разработан ряд предложений.

Выводы и предложения. Мероприятия по совершенствованию системы мотивации труда работников ООО «Ерзовский» представлены в таблице 4.

Таблица 4. Предложения по совершенствованию системы мотивации труда персонала ООО «Ерзовский»

№	Мероприятия	Результат
1	Разработать мероприятия по развитию корпоративной культуры	проведение спортивных и культмероприятий;
2	Организация и проведение конкурса профессионального мастерства	составление плана проведения конкурса; разработка формы и методов конкурса
3	Предоставление сотрудникам полюсов добровольного медицинского страхования	выбор страховой компании и оформление корпоративных договоров добровольного медицинского страхования
4	Предоставление сотрудникам скидок	возможность приобретать продукцию (мясо, молоко, зерно) по его себестоимости
5	Организация перевозок	организовать развоз сотрудников, проживающих в других населенных пунктах по домам в летний период времени, так как работы заканчиваются поздно

Далее произведем расчет эффективности предлагаемых мероприятий по совершенствованию мотивации труда сотрудников ООО «Ерзовский» (Таблица 5).

Таблица 5. Значение показателя текучести кадров ООО «Ерзовский»

Период	%
до реализации событий (2024 г.)	10,2 %
после осуществления действий (2025 г.)	4,1 %

Совершенствование системы мотивации труда в ООО «Ерзовский» приведет к снижению коэффициента текучести кадров на 6,1 %, что приведет к годовой экономии, что позволит компании работать более эффективно и рационально управлять человеческими ресурсами, увеличивая продажи и прибыльность компании.

Литература:

1. Текст: электронный // Employee Motivation, INC: [сайт]. — URL: <http://www.inc.com/encyclopedia/employee-motivation.html> (дата обращения: 21.03.2025).
2. Мысова О. С. Специфика управления персоналом как подсистемы гостиничного менеджмента / О. С. Мысова // Вестник КемГУ. — 2024. — № 1–4 (61). — С. 230–234.
3. Поликтова В. М. Необходимость разработки и внедрения современных мер мотивации труда / В. М. Поликтова // Экономика и управление хозяйством: современные проблемы и тенденции развития. — 2024. — № 3. — С. 92–105
4. Дж. Управление людьми в компаниях: руководство менеджера: [пер. с англ.] / Дж. — М.: ЗАО «Олимпбизнес», 2023. — 56 с.
5. Мескон М. Х. Основы управления. / М. Х. Мескон. — М.: Дело, 2022. — 363 с.

Институциональные и прикладные меры по обеспечению налоговой безопасности организации в современных условиях

Булыгина Диана Вадимовна, студент

Научный руководитель: Домбровский Максим Андреевич, кандидат экономических наук, доцент
Пермский государственный национальный исследовательский университет

В статье рассматриваются теоретические и методологические аспекты понятия налоговой безопасности, её связь с налоговым планированием, оптимизацией и управлением налоговыми рисками. Особое внимание уделено разработке и практическому обоснованию комплекса мероприятий по обеспечению налоговой устойчивости организации: от системного анализа налоговой нагрузки до внедрения цифровых технологий налогового комплаенса. Результаты исследования подчеркивают важность интеграции механизмов налогового контроля, кадровой компетенции и открытого взаимодействия с фискальными органами в единую модель повышения налоговой защищенности предприятий в условиях регуляторной волатильности и усиления фискального давления.

Ключевые слова: налоговая безопасность, налоговое планирование, налоговая нагрузка, налоговые риски, финансовая устойчивость, налоговая оптимизация.

Institutional and applied measures to ensure tax security of the organization in modern conditions

Bulygina Diana Vadimovna, student

Scientific advisor: Dombrovsky Maksim Andreevich, candidate of economic sciences, associate professor
Perm State National Research University

The article deals with theoretical and methodological aspects of the concept of tax security, its connection with tax planning, optimization and tax risk management. Particular attention is paid to the development and practical substantiation of a set of measures to ensure tax stability of the organization: from the system analysis of tax burden to the introduction of digital technologies of tax compliance. The results of the study emphasize the importance of integrating the mechanisms of tax control, personnel competence and open interaction with fiscal authorities into a single model of increasing tax security of enterprises in conditions of regulatory volatility and increased fiscal pressure.

Keywords: tax security, tax planning, tax burden, tax risks, financial stability, tax optimization.

Налоговая безопасность представляет собой важнейший компонент общей системы экономической безопасности предприятия, поскольку налоговые угрозы непосредственно отражаются на его финансовом состоянии. В современной научной литературе отсутствует единая универсальная трактовка понятия «налоговая безопасность». Исследователи предлагают различные интерпретации, отражающие как доктринальные, так и прикладные подходы.

Так, И. Ю. Тимофеева подчеркивает необходимость учета интересов всех участников налоговых правоотношений — государства, бизнеса, общественных объединений и граждан. Она предлагает рассматривать налоговую безопасность как такое состояние налоговой системы, при котором достигается гарантированная защита налоговых интересов всех сторон от внутренних и внешних угроз [4].

Б. В. Воронцов интерпретирует налоговую безопасность организации через призму финансово-экономического состояния налогоплательщика. По его мнению, она достигается посредством минимизации налоговых рисков, своевременного и полного исполнения налоговых

обязательств, а также институциональной поддержки со стороны государственных органов. Такое состояние, по его оценке, способствует увеличению чистой прибыли и укреплению экономической безопасности российских предприятий [1].

Сходную позицию занимает Г. М. Коркина, которая рассматривает налоговую безопасность как финансово-экономическое состояние предприятия, позволяющее в условиях минимизации налоговых рисков исполнять налоговые обязательства перед государством при обеспечении баланса интересов всех участников налоговых отношений [2].

В ряде учебных и прикладных источников налоговая безопасность определяется как такое состояние организации, которое характеризуется ее способностью к стабильному экономическому развитию, достижению заявленных экономических целей, а также к своевременному выполнению налоговых обязательств в условиях действия как внутренних, так и внешних налоговых угроз.

Системный подход к анализу налоговой безопасности предполагает выделение ее ключевых структурных компонентов, среди которых можно выделить следующие: на-

логовое планирование — разработка стратегий и тактик рационального формирования налоговых обязательств; налоговая оптимизация — реализация легальных механизмов снижения налоговой нагрузки; оценка налоговой нагрузки — количественная и качественная характеристика степени налогового давления на предприятие; оценка налоговых рисков — выявление, анализ и минимизация вероятных налоговых угроз, способных повлиять на устойчивость деятельности субъекта.

Таким образом, налоговая безопасность является интегральной характеристикой устойчивости предприятия в налоговой сфере, охватывающей как аспекты налоговой дисциплины, так и элементы стратегического управления налоговой политикой.

Налоговое планирование представляет собой один из ключевых инструментов обеспечения налоговой безопасности организации. Его сущность заключается в разработке и реализации законодательно допустимых мероприятий, направленных на снижение величины налоговых обязательств, при одновременном соблюдении всех требований действующего законодательства. Это позволяет минимизировать издержки, связанные с исполнением фискальных обязанностей, и способствует устойчивости финансового состояния предприятия.

Налоговое планирование строится на ряде фундаментальных принципов, которые обеспечивают его правомерность, эффективность и сбалансированность:

Принцип законности предполагает строгое соответствие всех действий в рамках налогового планирования положениям действующего законодательства. Это исключает использование сомнительных схем и ориентирует предприятие на легальные формы оптимизации.

Принцип оперативности требует постоянного мониторинга нормативно-правовой базы в сфере налогообложения и своевременного внесения необходимых изменений в локальные регламенты и учетную политику.

Принцип оптимальности означает соблюдение баланса интересов: реализуемая налоговая стратегия должна быть выгодной для предприятия, но не должна ущемлять интересы государства и иных субъектов хозяйственной деятельности.

Принцип обоснованности требует, чтобы каждая мера по снижению налогового бремени имела экономически рациональное обоснование и была согласована с финансовыми целями предприятия.

Принцип комплексности акцентирует внимание на том, что налоговое планирование не может быть изолировано от других сфер правового регулирования. Применяемые мероприятия должны соответствовать не только Налоговому кодексу РФ, но и иным отраслям законодательства (гражданскому, бухгалтерскому, трудовому и др.).

В дополнение к методологическим аспектам налоговое планирование предполагает использование широкого спектра инструментальных решений, направленных на снижение фискальной нагрузки и обеспечение устойчивости налоговой позиции предприятия. Среди них

особое значение приобретает возможность совмещения различных режимов налогообложения в рамках различных видов предпринимательской деятельности, осуществляемых одной организацией. Это позволяет гибко подходить к управлению налоговой нагрузкой с учетом особенностей отдельных направлений бизнеса [3].

Связанное с налоговым планированием понятие налоговой оптимизации трактуется как совокупность легитимных мероприятий, направленных на снижение налоговых обязательств. В основе таких действий лежит применение норм налогового, гражданского и трудового законодательства, с обязательным соблюдением принципа законности. Оптимизация предусматривает полноценное использование всех предусмотренных законом налоговых льгот, вычетов и преференций, что способствует формированию более благоприятного налогового климата внутри компании.

В рамках концепции налоговой безопасности значительное внимание уделяется таким составляющим, как налоговая нагрузка и налоговые риски, поскольку именно они выступают индикаторами устойчивости налоговой позиции предприятия и уровня его уязвимости перед фискальными контролирующими органами.

Расчет налоговой нагрузки рекомендуется осуществлять всем предприятиям, вне зависимости от организационно-правовой формы, с целью минимизации вероятности назначения выездной налоговой проверки. В современных условиях существует несколько методологических подходов к её определению.

Значение этого показателя должно соотноситься со среднеотраслевыми нормативами. Значительное отклонение в сторону уменьшения может интерпретироваться контролирующими органами как признак недобросовестного налогового поведения.

Налоговые риски представляют собой вероятность наступления неблагоприятных финансовых последствий для организации, вызванных ошибками, пробелами в налоговом учете или изменениями внешней фискальной среды. Они могут проявляться в форме доначисления налогов, применения штрафных санкций, начисления пеней и, в некоторых случаях, возбуждения уголовных дел.

Таким образом, налоговая нагрузка и налоговые риски являются неотъемлемыми параметрами, подлежащими постоянному контролю в системе налоговой безопасности.

Повышение налоговой безопасности является важнейшим направлением обеспечения устойчивости финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Оно предполагает не только соблюдение налоговой дисциплины, но и проактивную позицию в отношении рисков, возникающих в процессе взаимодействия с фискальной системой. В современных условиях налоговая безопасность рассматривается как динамичная система, включающая в себя элементы планирования, оптимизации, контроля и защиты от внешних и внутренних угроз.

Один из центральных векторов повышения налоговой безопасности — это внедрение системы стратегического

налогового планирования. Данная система должна быть встроена в общую архитектуру финансового управления и базироваться на принципах законности, прозрачности, сбалансированности и адаптивности. Основной акцент делается на своевременное выявление фискальных рисков и рациональное использование налоговых преференций и льгот. В этой связи важным условием является разработка локальных регламентов и учетной политики, обеспечивающих правомерное и эффективное снижение налоговой нагрузки.

Следующей ключевой мерой выступает оптимизация налоговой нагрузки на основе сопоставления фактических показателей с отраслевыми нормативами. Предприятия должны осуществлять регулярный расчет совокупной налоговой нагрузки, используя формулу отношения суммы уплаченных налогов к выручке от реализации (без учета НДС и акцизов). При значительном отклонении от среднеотраслевых значений необходимо инициировать внутренний аудит налоговой отчетности и оперативно скорректировать элементы учетной политики, что позволит избежать фискального контроля и минимизировать вероятность налоговой реконструкции.

Особое внимание в системе налоговой безопасности следует уделять оценке и управлению налоговыми рисками. Это предполагает формирование внутреннего реестра рисков, их классификацию по степени вероятности и последствий, а также регулярную актуализацию в связи с изменениями налогового законодательства. Эффективным инструментом управления рисками становится внедрение интегрированной риск-ориентированной модели, которая позволяет ранжировать угрозы и приоритизировать контрольные процедуры.

Кроме того, важно внедрять цифровые технологии налогового комплаенса, включая программные решения по автоматизированной проверке корректности расчетов, анализу взаимосвязанных показателей и мониторингу отклонений в отчетности. Интеграция таких инструментов способствует повышению прозрачности и снижению издержек на администрирование налогов.

Неотъемлемой частью укрепления налоговой безопасности является повышение квалификации персонала, ответственного за налоговый учет и отчетность. Регулярное обучение бухгалтеров и финансовых специалистов изменениям налогового законодательства, методам оценки рисков и юридическим аспектам фискальной ответственности позволяет избежать ошибок, вызванных недостаточной компетенцией.

Наконец, важной мерой выступает выстраивание конструктивного взаимодействия с налоговыми органами в рамках концепции горизонтального мониторинга. Это предусматривает проактивный диалог с представителями ФНС, добровольное раскрытие информации и участие в программах сопровождения добросовестных налогоплательщиков. Такая практика не только снижает регуляторную нагрузку, но и усиливает правовую защиту бизнеса.

Таким образом, меры по повышению налоговой безопасности должны носить комплексный, системный и упреждающий характер. Они охватывают как организационные и правовые механизмы, так и аналитические инструменты, направленные на формирование устойчивой налоговой позиции и снижение уязвимости предприятия в условиях высокой нормативной волатильности и усиливающегося фискального контроля.

Литература:

1. Воронцов Б. В. Налоговая безопасность государства и экономических систем // Проблемы современной экономики. — 2008. — № 3. — С. 586–588.
2. Коркина Г. М., Смирнова О. П. Методические подходы к оценке налоговой безопасности предприятия // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий. Т. 1. — Екатеринбург, 2021. — Т. 1. — С. 26–31.
3. Пименов Н. А. Налоговое планирование: учебник для вузов / Н. А. Пименов, С. С. Демин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 137 с.
4. Тимофеева И. Ю. Экономический анализ, классификация и оценка налоговых рисков в период декриминализации налоговых отношений // Экономический анализ: теория и практика. — 2010. — № 25. — С. 39–46.

Оптимизация функций планирования и прогнозирования в управлении вузом посредством внедрения российских программных решений

Герасев Александр Александрович, студент магистратуры
Московская международная академия (г. Москва)

Статья посвящена вопросам оптимизации управленческих функций планирования и прогнозирования в высших учебных заведениях России. Проанализированы типовые программные решения российских разработчиков, предназначенные для автоматизации процессов планирования и прогнозирования учебной и административно-хозяйственной дея-

тельности вузов. Представлено экономическое обоснование целесообразности внедрения данных решений с учетом возможных экономических эффектов, трудозатрат и повышения точности прогнозов. В статье приведены конкретные расчёты, показатели экономической эффективности, а также рассмотрены примеры внедрения решений в российских вузах.

Введение

Эффективное управление вузом требует комплексного подхода к организации процессов планирования и прогнозирования. В условиях цифровизации образования становится актуальной задача применения современных программных решений, способных существенно снизить трудоёмкость и повысить точность операций. В статье рассматриваются возможности применения российских разработок для решения указанных задач.

Обзор программных решений российских разработчиков

Среди известных российских решений для автоматизации планирования и прогнозирования деятельности вузов выделяются «1С: Университет ПРОФ», «Галактика ERP», «Битрикс24», «Naumen University», «Электронный университет» и «Контур.Экстерн».

«1С: Университет ПРОФ» поддерживает оперативное и стратегическое планирование учебного процесса, учёт финансово-хозяйственной деятельности, формирование отчётов и прогнозов. Данная платформа внедрена в более чем 150 вузах, среди которых МГУ, СПбГУ, РЭУ им. Плеханова.

«Галактика ERP» автоматизирует процессы бюджетирования и планирования доходов и расходов. Система используется в технических вузах, таких как МГТУ им. Баумана и Томский политехнический университет.

«Битрикс24» используется для организации коммуникаций и успешно интегрируется в процессы прогнозирования и планирования организационной деятельности. Система популярна в вузах, включая Высшую школу экономики и Уральский федеральный университет.

«Naumen University» характеризуется продвинутой аналитикой, позволяет детализировано планировать учебную и научную деятельность.

«Электронный университет» автоматизирует учебные процессы, способствует повышению эффективности административного управления и упрощает прогнозирование образовательной деятельности.

«Контур.Экстерн» предназначен для автоматизации отчётности и налогового планирования, эффективно используется экономическими службами вузов.

Экономическое обоснование внедрения программных решений

Экономическое обоснование внедрения программных продуктов включает расчёты сокращения трудозатрат,

времени на процессы планирования и прогнозирования, а также снижение ошибок при выполнении задач.

Расчёт экономического эффекта внедрения:

Средняя зарплата административного сотрудника вуза составляет 50 тыс. руб. в месяц. Сотрудник тратит около 20 часов в месяц на задачи планирования и прогнозирования. После внедрения системы трудоёмкость снижается на 40 %.

Расчёт. Затраты до внедрения: $(20 \text{ ч} / 160 \text{ ч}) \times 50\,000 \text{ руб.} = 6250 \text{ руб./мес.}$ Сокращение времени после внедрения: $20 \text{ ч} \times 0,4 = 8 \text{ ч}$ — Экономия средств: $(8 \text{ ч} / 160 \text{ ч}) \times 50\,000 \text{ руб.} = 2500 \text{ руб./мес.}$

При штате из 50 административных сотрудников годовая экономия составит: $2500 \text{ руб.} \times 50 \text{ чел.} \times 12 \text{ мес.} = 1\,500\,000 \text{ руб.}$

Дополнительные эффекты:

- Снижение ошибок при планировании на 70–80 %.
- Ускорение принятия решений в среднем на 30 %.
- Повышение точности прогнозирования на 15–25 %.

Практические примеры внедрения

Уральский федеральный университет после внедрения «Галактика ERP» сократил время подготовки бюджетных документов в два раза, ошибки снизились на 80 %, а общая экономия составила 2 млн руб. в год.

МГТУ им. Баумана использует «1С: Университет ПРОФ», что позволило повысить точность планирования нагрузки преподавателей на 20 %, снизить трудозатраты на 35 %.

Томский политехнический университет после внедрения «Электронного университета» повысил точность прогнозов по приёму студентов на 25 % и оптимизировал расходы на привлечение абитуриентов на 1,8 млн руб.

В Самарском государственном техническом университете внедрение платформы «Naumen University» привело к сокращению временных затрат на составление учебных планов на 40 % и повысило качество прогноза потребности в преподавателях.

Заключение

Использование российских программных решений для автоматизации функций планирования и прогнозирования в управлении вузами является не только технически возможным, но и экономически оправданным. Приведённые расчёты и практические примеры демонстрируют, что внедрение современных информационных систем способствует значительному снижению затрат, повышению качества управленческих решений и устойчивому развитию образовательных учреждений.

Литература:

1. 1С: Университет ПРОФ — официальный сайт компании «1С». URL: <http://1c.ru>
2. Галактика ERP — официальный сайт компании «Галактика». URL: <http://galaktika.ru>
3. Битрикс24 — автоматизация вузов. URL: <http://bitrix24.ru>
4. Naumen University — автоматизация образовательных процессов. URL: <http://naumen.ru>
5. Электронный университет — автоматизация образовательных учреждений. URL: <https://e-university.ru>
6. Контур.Экстерн — система отчетности и планирования. URL: <https://kontur.ru/extern>
7. Иванов А. А. Управленческий учёт и прогнозирование в образовании: монография. — М.: Экономика, 2021. — 216 с.

Основные направления развития мировых электронных площадок

Добровольский Егор Алексеевич, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье рассматриваются ключевые стратегии развития современных мировых электронных торговых площадок, также анализируются современные факторы и тенденции, которые влияют на конкурентоспособность в современном рынке. Также особое внимание уделяется инновационным бизнес-моделям, персонализации пользовательского опыта и анализа больших данных. Помимо этого, были рассмотрены успешные кейсы не только всемирно известных маркетплейсов (Amazon, Alibaba, Ebay), но и российских (Ozon, Wildberries). Рассматриваются перспективы дальнейшего развития данной отрасли в условиях растущих требований аудитории и цифровой трансформации экономики.

Ключевые слова: электронная торговля, цифровая трансформация, персонализация, большие данные, маркетплейсы.

Развитие электронных торговых площадок напрямую связано с двумя основными факторами: рост электронной коммерции и цифровизация торговли. В определённый момент, когда информационные технологии достигли определенного уровня развития, стало понятно то, что торговля с использованием интернета и компьютерных сетей имеет больше преимуществ, чем традиционные способы ведения торговли, стоит отметить влияние развития мобильного интернета. С каждым годом электронная коммерция стала занимать всё большую долю рынка. Электронной коммерцией являются все сделки купли и продажи, и иные бизнес-процессы, в которых были использованы интернет и онлайн-платформы [6, с. 241].

За период последних 9 лет мировой объем розничных продаж с использованием электронных каналов связи выросла более чем в 4 раза с 1 400 трлн \$ США до 5 800 трлн \$ США. Помимо активного и стабильного роста также отмечается, что электронная коммерция вытесняет традиционные способы предоставления продаж и услуг. Если в 2014 году доля рынка электронной коммерции составляла 7 % от общего объема розничной торговли, то в 2022 году эта отметка достигла почти 20, что сопоставимо с ростом доли рынка в 3 раза [11]. Опираясь на представленным данные, электронная коммерция в современной экономике является одной из самых быстро растущих отраслей экономической деятельности.

Если рассматривать российский рынок, то электронная коммерция также развивается крайне быстро, и Российская Федерация сегодня является одним из лидеров по росту данной экономической отрасли. Современному

российскому потребителю невозможно представить свою жизнь без тех онлайн-сервисов, которыми он пользуется каждый день. За 12 лет развития рынка объем продаж вырос более чем в 24 раза, а именно: 0, 25 трлн рублей в 2011 году и 6 трлн рублей в 2022 году [10]. Особый рост можно отметить в 2020, 2021 и 2022 годах, когда началась масштабная глобальная пандемия COVID-19. Полный локдаун и введенные ограничения привели к мощному росту рынка электронной торговли [1].

Помимо этого, рост доли электронной торговли от общей доли розничных продаж в Российской Федерации примерно сопоставим с общемировым уровнем и составляет 16 %. Что более чем в 3 раза больше, чем в 2018 году, когда этот показатель составлял всего лишь 5 % [10]. Несмотря на тот факт, что нынешний уровень примерно сопоставим с мировым, темпы роста представленного показателя оказался выше, чем в среднем по миру, что говорит об ускоренной цифровизации торговли в Российской Федерации.

Согласно прогнозам, то в контексте ежегодного прироста стоимости рынка электронной коммерции Российская Федерация находится на 6 месте в мире, стоит учитывать и преодоленный эффект малой базы, поскольку уже сегодня в России эта отрасль довольно развита. Средний ежегодный прирост стоимости рынка в России с 2023 по 2027 годах составит почти 14 % [9].

Для дальнейшего анализа необходимо отметить основные плюсы и издержки от данных трансформаций и развития электронной коммерции. К основным издержкам можно отнести такие факторы, как:

— высокая конкуренция: на рынке электронной коммерции существует высокая конкуренция, что актуально и на территории Российской Федерации. На мировом рынке существуют монополисты рынка: Google, Amazon, Alibaba и Ebay. В России к таким платформам можно отнести: Ozon, Wildberries, Купер (бывший Сбермегамаркет и Яндекс Маркет). Представленные компании являются не только высоко развитыми, но и работают в разных отраслях экономической деятельности, потому конкурентная борьба представляется крайне сложной с данными представителями рынка;

— отсутствие глубоко проработанной законодательной базы, регулирующей деятельность в сфере электронной коммерции: рынок электронной коммерции является относительно новым и появился недавно, потому законодательная база формируется медленно и некачественно, поскольку отсутствует достаточное количество юридических прецедентов для создания проработанной законодательной базы.

— риски нарушения работы: электронная коммерция непосредственно связана с интернет-связью и рядом технического, и программного обеспечения. В случае выхода из строя представленного оборудования торговля перестает осуществляться, что с учётом масштабов приводит к серьёзным убыткам со стороны компаний.

— неравномерность развития: с точки зрения мировой динамики, успешное развитие таких платформ возможно только в тех регионах, где достаточно развита соответствующая инфраструктура и имеется беспрепятственный доступ к сети Интернет. Интернет на сегодняшний день не имеется в каждой стране, и ни у каждого человека есть свой собственный смартфон или ноутбук [14]. Также сам разрыв между развитыми и развивающимися государствами достаточно высок [13].

Основными преимуществами ведения электронной торговли можно считать:

— развитие рынка цифровых товаров: электронная коммерция стала поводом дальнейшего развития цифровых товаров, как пример: видеоигры, электронные книги, сервисы для прослушивания музыки и многое другое. Появились новые фирмы, рабочие места, капитализация ряда новых отраслей, а следовательно новый толчок развития экономики и уровня жизни, а также комфорта людей;

— анализ данных: данная отрасль имеет мультипликативный эффект. Развитие электронной торговли стимулирует развитие индустрии. Развитие торговли способствует росту компьютерной индустрии. Также это позволяет анализировать большой объем данных для расчетов и рекомендаций конечному пользователю, что позволяет улучшить финансовые показатели;

— сокращение расходов: отсутствие необходимости тратить средства на содержание или аренду помещения и зарплаты сотрудникам. Однако, в современной перспективе эти затраты идут на зарплаты курьерам и сотрудникам, занимающимся выдачей заказов. Также имеются

затраты на содержание пунктов выдачи заказов, но они гораздо меньше, чем затраты на содержание целого специализированного магазина;

— ведение торговых операций без посредников: снижение затрат на посредников, при совершении ряда сделок. При создании собственного онлайн-магазина покупатель работает непосредственно с фирмой, что может снизить издержки фирмы;

— доступ к новым рынкам сбыта: электронная торговля не имеет множество ограничений для работы в иных регионах. Новые рынки сбыта позволяют увеличивать прибыль компании. Также это способствует развитию иной инфраструктуры, необходимой для доставки товаров. Помимо этого, это касается и развития внутреннего рынка страны, поскольку онлайн-платформы позволяют работать со всеми регионами и людьми внутри страны, что особенно актуально для крупных государств;

— увеличение числа клиентов: при онлайн-торговле и правильно таргетированной рекламе удастся увеличивать потенциальное число новых клиентов, поскольку магазин имеет больший охват на аудиторию, это связано с тем, что общее количество пользователей интернета и потенциальных клиентов больше, чем в одном единственном регионе. Увеличение клиентов приводит к увеличению количества продаж, а это становится источником новой прибыли компании.

Подробно рассмотрев вопрос электронной коммерции, необходимо изучить вопрос цифровизации современной экономики, которая напрямую связана с бурным развитием различных платформ и площадок. На рубеже XX–XXI веков начинается новая четвертая промышленная революция [7], которая связана с широкомасштабным использованием современных информационно-коммуникационных технологий, которые изменили не только современную мировую экономику, но и все отрасли человеческой жизнедеятельности. Как итог, изменилось всё: маркетинг, транспорт и логистика, торгово-сбытовая деятельность, а также экономические, и социальные процессы. Также именно развитие информационно-коммуникационных средств связи стало важным катализатором процессов глобализации, изменивших мировую экономику [8, с. 15]. Все эти процессы привели к созданию новой отрасли — цифровой или электронной экономики, где электронная коммерция стала определённым двигателем индустрии.

Если рассматривать основных лидеров в данной индустрии, то можно отметить основные особенности в рамках этой отрасли (таблица 1) [8, с. 5].

Таким образом, изучая данные о капитализации и лидерах на рынке стоит отметить следующие факторы: современный рынок в большей степени принадлежит США, 18 компаний из которых находятся в списке, все компании США из списка — более 75 % общей капитализации всех представленных данных. В первой восьмерке списка находятся только американские компании. Несмотря на абсолютное превосходство Вашингтона в данном вопросе,

Таблица 1. **Топ 25 высокотехнологичных компаний по капитализации, их расположение и данные по общей капитализации регионов**

Страна/регион	Количество расположенных компаний на территории государства	Капитализация региона
Европейский Союз	2	614, 35 млрд \$
КНР	2	0, 96 млрд \$
Страны Азии (Япония, Тайвань и Южная Корея)	3 (по 1-й компании на каждую)	1, 21трлн \$
США	18	18, 85 трлн \$

впечатляющие цифры показывает азиатский регион, поскольку 5 азиатских компаний достигли необходимого уровня капитализации. Старый свет сильно отстает от общемировых темпов, что связано с основными проблемами в европейской экономической модели [12], лишь 2 европейские компании входят в список, а общая капитализация всего ЕС меньше китайской на 1/3.

Что касается современного рынка то важным его элементом является именно пользователь, между разными группами населения существует множество различий, имеется и другая диверсификация: возраст, место проживания, пол и многие другие данные [5, с. 21].

Также главным трендом современной индустрии и цифровизации экономики является высокая склонность к формированию монополий. В первую очередь, это связано с высокой концентрацией экспортных рынков, в особенности это касается сырьевой деятельности, более 50 % экспорта такого рынка сопоставимо с 1 % всех компаний, заточенных на экспорт. Также это связано с мультипликативным эффектом и эффектом масштаба. Эти два фактора содействуют более ускоренной концентрации. Также подобные компании можно рассматривать, как агрессивные участники рынка. Сейчас отдельная отрасль цифровой экономики составляет более 15 % мирового ВВП, доля рынка продолжает расти. Что касается вопроса монополий, то 5 крупнейших американских технологических гигантов контролируют 50 % всего цифрового рынка Америки. 70 % китайского цифрового рынка принадлежат Tencent, Alibaba и Huawei. Облачная инфраструктура почти на 100 % принадлежит 4 участникам рынка: Alibaba, Google, AWS, Microsoft). Также многие государства планируют создавать свои национальные ва-

люты не в качестве фиатных денег, а как новые цифровые валюты, ярким примером является развитие и популяризация USDT.

Эти данные касаются современности, но что прогнозируется экономике в ближайшем будущем: цифровизация — это естественный процесс, который невозможно остановить, потому многие страны вкладываются в цифровые технологии, однако, 90 % мировых инвестиций в цифровые технологии были потрачены тремя полюсами экономической мощи: США, КНР и ЕС. К 2030 году ожидается рост доли цифровой экономики в мировом ВВП составит 25–30 %. Основными инвестиционными проектами считаются BigData, Блокчейн технологии и искусственный интеллект.

Вопрос стратегии развития мировой торговой площадки также актуален для России, поскольку в 2024 году впервые два русских бренда — Ozon и Wildberries вошли в топ 10 маркетплейсов мира по числу посещения, каждой площадкой пользовались более 300 млн раз за один месяц [26]. Далее представлен список топ-10 торговых интернет-площадок [15] (таблица 2).

Стоит рассмотреть каждую организацию, а также их основные конкурентные преимущества [27] для выработки дальнейшей успешной стратегии. Amazon был основан в 1994 году в Америке, как онлайн-рынок книг, однако, со временем сеть превратилась в крупнейшую розничную сеть. Работает в 19 странах мира. Имеется собственный аутсорсинг, а также связь между бизнесами. Amazon имеет большую клиентскую базу, это узнаваемый бренд с простым интерфейсом и самой платформой, а также цена маркетинга крайне мала. К основным минусам можно отнести ограничения брендинга, наличие

Таблица 2. **Список топ 10 коммерческих интернет-платформ, а также страна происхождения**

Amazon	Соединённые Штаты Америки
EBay	Соединённые Штаты Америки
AliExpress	Китайская Народная Республика
Walmart	Соединённые Штаты Америки
Rakuten	Япония
Wildberries	Российская Федерация
Ozon	Российская Федерация
Flipkart	Республика Индия
Samsung	Южная Корея
Etsy	Соединённые Штаты Америки

высокой конкуренции, а также наличием высоких сборов от продажи [17]. eBay был основан годом позже, постепенно превратился в ведущий мировой рынок розничной торговли, доставка компании функционирует в 190 странах мира. Главное преимущество — отсутствие комиссии со стороны покупателя. eBay, как и Amazon, имеет хорошую репутацию и проработанную клиентскую базу, также имеет функциональное программное обеспечение. Также существуют периоды бесплатного размещения товара на продажу. Основные минусы компании: высокая комиссия с продавца, а именно 13,25 % от стоимости продажи, дополнительные расходы со стороны продавца, а также высокая конкуренция среди предложений [18]. AliExpress является китайской платформой и частью группы Alibaba, разработанной в 2010 году. Официальный сайт доступен на 16 языках, имеет низкую стоимость товаров, а также имеет низкие накладные расходы для продавца. Основные слабые стороны — это время доставки, которое может достигать до 20 месяцев, низкое качество товаров, а также проблемы с возвратом продукции [16]. Walmart был основан в 1962 году. Это американская розничная сеть, родиной которого является город Роджерс, штат Арканзас. В своем владении находится 10 500 клубов и магазинов в 19 государствах мира. Сайт Walmart посещают около 240 миллионов человек в неделю, что свидетельствует о лидирующих ролях в сфере электронной коммерции. Ассортимент продукции практически ничем не ограничен, платите комиссии за продажу ваших продуктов в размере от 3 до 15 %. Наличие собственной политики возврата товара, наличие всех товаров низкий уровень внутренней конкуренции. Главный минус — это правило паритета цен, урезающее право на выставление желаемой цены за товар [24]. Rakuten Ichiba одна из крупнейших японских электронных платформ. Данный конгломерат также управляет более семидесяти предприятий

и имеет почти 2-миллионную клиентскую базу. Имеет развитую систему лояльности, качественное приложение, хорошо продуманная реферальная программа и кэшбек за покупки. Главные минусы — это отсутствие популярности и репутации, работа только на территории Японии и США, а также огромные затраты со стороны продавца [22]. Wildberries основанный в 2004 году в России стал крупнейшим на территории страны онлайн-ритейлером. Является крупнейшей платформой с развитой логистикой и большим количеством ПВЗ. Однако, имеет спорную репутацию, имеет проблемы в вопросах условий труда и вопросы с качеством товаров [25]. Ozon также занял свое место на российском рынке, имеет удобные программы, быструю доставку и выгодные предложения за использование их дебетовой карты [21]. В Индии главной компанией такого рода является Flipkart [20], в Южной Кореи — это Samsung [23], также еще одной популярной платформой является Etsy [19].

На основе самых популярных и успешных компаний можно сформировать общую стратегию развития мировой электронной площадки. В первую очередь, это акцент на большое количество различных товарных категорий, практически все участники рынка имеют самый широкий ассортимент. Компания стремится использовать в полной объеме свои конкурентные преимущества, как, например: системы пунктов выдачи у Wildberries или программы Flipkart в контексте работы с клиентами. Каждая организация стремится наладить внутренние процессы, для формирования быстрой доставки товаров, что требует больших затрат в логистику. Особо крупные компании также вкладываются в аналитику данных, для изучения потребностей покупателя. Каждая компания стремится вложить средства в мультиплатформенное мобильное приложение. Именно так на сегодняшний день выглядит стратегия подобных площадок.

Литература:

1. Акулов Г. О., Матыщина Н. П. Влияние пандемии на экономику России // Символ науки. — 2022. — № 4–1. — С. 41–42.
2. Брагин Л. А., Иванов Г. Г., Никишин А. Ф., Панкина Т. В. Электронная коммерция. М.: ИД «Форум»: ИНФРА-М, 2022. — 192 с.
3. Гаврилов Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса. М.: Солон-пресс, 2009. — 592 с.
4. Кандиев С. С. Электронная торговля: особенности и тенденции развития // Молодой учёный. — 2023. — № 1 (448). — С. 76–81.
5. Стрелец И., Чебанова С. Цифровизация мировой торговли: масштабы, формы, последствия // Мировая экономика и международные отношения. — 2020. — № 1. — С. 15–25.
6. Цхададзе Н. В. Электронная коммерция: место и роль в современном мире // Вестник Московского университета МВД России. — 2023. — № 4. — С. 241–245
7. Шваб К. Четвертая промышленная революция. — 1 изд. — М.: Эксмо, 2021. — 208 с.
8. Trade and Development 2018. Power, Platforms and Free Trade Delusion. New York, Geneva, UNCTAD, 2018. — 132 p.
9. Доля электронной коммерции в ВВП РФ // Statista [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/1032265/e-commerce-share-in-russian-gdp/> (дата обращения: 24.03.2025)
10. Доля электронной коммерции в розничной торговле // Statista [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/379149/predicted-e-commerce-share-of-retail-sales-in-russia/> (дата обращения: 24.03.2025)
11. Доля электронной коммерции от всех розничных продаж в мире. // Statista [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/> (дата обращения: 24.03.2025)

12. Закат европейской экономики: потеря конкурентоспособности и вектора развития // Росконгресс [Электронный ресурс] URL: <https://roscongress.org/materials/zakat-evropeyskoj-ekonomiki-poterya-konkurentosposobnosti-i-vektora-razvitiya/> (дата обращения: 20.03.2025)
13. Новые данные об использовании интернета в мире: прогресс есть, но различия сохраняются // Новости ООН [Электронный ресурс] URL: <https://news.un.org/ru/story/2023/11/1447172> (дата обращения: 22.03.2025)
14. Рейтинг стран по уровню доступности Интернета среди населения // NoNews [Электронный ресурс] URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/households-internet> (дата обращения: 22.03.2025)
15. Топ-10 лучших мировых сайтов электронной коммерции // Belretail [Электронный ресурс] URL: <https://belretail.by/news/top-luchshih-mirovyih-saytov-elektronnoy-kommertsii> (дата обращения: 25.03.2025)
16. Home page // AliExpress [Электронный ресурс] URL: <https://aliexpress.ru> (дата обращения: 25.03.2025)
17. Home page // Amazon [Электронный ресурс] URL: <https://www.amazon.com> (дата обращения: 25.03.2025)
18. Home page // eBay [Электронный ресурс] URL: <https://www.ebay.com> (дата обращения: 25.03.2025)
19. Home page // Etsy [Электронный ресурс] URL: <https://www.etsy.com/> (дата обращения: 25.03.2025)
20. Home page // Flipkart [Электронный ресурс] URL: <https://www.flipkart.com/> (дата обращения: 25.03.2025)
21. Home page // Ozon [Электронный ресурс] URL: <https://www.ozon.ru> (дата обращения: 25.03.2025)
22. Home page // Rakuten [Электронный ресурс] URL: <https://www.rakuten.co.jp> (дата обращения: 25.03.2025)
23. Home page // Samsung [Электронный ресурс] URL: <https://www.samsung.com/ru/> (дата обращения: 25.03.2025)
24. Home page // Walmart [Электронный ресурс] URL: <https://www.walmart.com> (дата обращения: 25.03.2025)
25. Home page // Wildberries [Электронный ресурс] URL: <https://www.wildberries.ru> (дата обращения: 25.03.2025)
26. Ozon и Wildberries впервые вошли в топ 10 маркетплейсов мира по числу посещений // Ведомости [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2024/05/05/1035562-ozon-i-wildberries> (дата обращения: 25.03.2025)
27. The Top 10 eCommerce sites in the World // Webretailer [Электронный ресурс] URL: <https://www.webretailer.com/marketplaces-worldwide/the-top-10-ecommerce-sites-in-the-world/> (дата обращения: 25.03.2025)

Проблемы занятости в Острогожском районе Воронежской области

Исаенко Егор Павлович, сотрудник;

Павлов Даниил Сергеевич, сотрудник

Научный руководитель: Шевченко Оксана Ивановна, кандидат экономических наук, доцент

Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации (г. Орел)

В статье проведен анализ проблем занятости в Острогожском районе Воронежской области, выявлены основные причины безработицы и возможные пути решения. Занятость представляет собой не противоречащую законодательству деятельность граждан, связанная с удовлетворением их личных и общественных потребностей и приносящая им заработок, трудовой доход.

Ключевые слова: рынок, уровень, фактор, структура, безработица, рубль, инфраструктура.

Текущее состояние рынка труда в Острогожском районе Воронежской области характеризуется рядом ключевых аспектов, влияющих на уровень занятости и безработицы.

На 2023 год Острогожский район демонстрирует определенные проблемы на рынке труда. По данным официальной статистики, уровень безработицы в районе составляет около 6 %, что выше среднего показателя по Воронежской области (4,5 %). Основные отрасли экономики района включают сельское хозяйство, переработку сельскохозяйственной продукции, а также малый и средний бизнес. Несмотря на наличие рабочих мест, многие вакансии остаются незаполненными из-за недостатка квалифицированных специалистов и низкой привлекательности условий труда. [2]

Среди факторов, способствующих трудовой миграции населения, можно выделить низкие заработные платы, ограниченные возможности для карьерного роста и недостаток современных рабочих мест. Молодежь, особенно, стремится покинуть район в поисках более выгодных предложений в крупных городах, что усугубляет проблему старения рабочей силы и нехватки кадров в ключевых отраслях.

Кроме того, важным аспектом является влияние внешнеэкономической ситуации, которая также отражается на рынке труда. Пандемия COVID-19 и текущие экономические условия внесли коррективы в структуру занятости, увеличив количество временных и неполных рабочих мест. Социальные программы и инициативы местных властей направлены на поддержку занятости, однако их

эффективность часто ограничена недостатком финансирования и ресурсов.

Таким образом, текущее состояние рынка труда в Острогжском районе требует комплексного подхода к решению существующих проблем. Необходимы меры по повышению квалификации рабочей силы, созданию новых рабочих мест и улучшению условий труда, что позволит не только снизить уровень безработицы, но и повысить качество жизни местного населения.

Структура занятости в Острогжском районе представляет собой многогранную картину, отражающую особенности местной экономики и социальные реалии. Основные отрасли, в которых сосредоточены трудовые ресурсы, включают сельское хозяйство, промышленность, услуги и малый бизнес.

Сельское хозяйство занимает значительную долю в структуре занятости, составляя около 30 % от общего числа занятых. Этот сектор включает как растениеводство, так и животноводство, что делает его ключевым для обеспечения продовольственной безопасности района. Однако сезонность работ и низкий уровень автоматизации приводят к нестабильности занятости в этой сфере. [2]

Промышленный сектор, который охватывает около 25 % занятых, включает в себя переработку сельскохозяйственной продукции, производство строительных материалов и легкую промышленность. Несмотря на наличие производственных мощностей, многие предприятия сталкиваются с проблемами устаревшего оборудования и нехватки квалифицированных кадров. [5]

Сфера услуг занимает около 20 % от общего числа занятых и включает в себя торговлю, образование, здравоохранение и другие услуги. Этот сектор демонстрирует рост, особенно в области торговли и обслуживания населения, однако также сталкивается с проблемами низкой заработной платы и недостаточной квалификации работников. [5]

Малый и средний бизнес составляет примерно 15 % занятых и играет важную роль в создании рабочих мест и развитии предпринимательства. Однако данный сектор ограничен в ресурсах и сталкивается с трудностями в доступе к финансированию и поддержке. [6]

Таким образом, структура занятости в Острогжском районе характеризуется преобладанием сельского хозяйства и промышленности, при этом наблюдаются проблемы с квалификацией кадров и условиями труда, что требует внимания со стороны местных властей и бизнеса для повышения уровня занятости и улучшения экономической ситуации в регионе.

Уровень безработицы в районе колеблется около 5–6 %, что выше среднеобластного показателя.

Основные причины безработицы в районе включают:

- Недостаток квалифицированных кадров.
- Низкая заработная плата в отдельных секторах (средняя зарплата составляет около 25 000 рублей). [1]
- Миграция рабочей силы в более развитые регионы.

Кроме того, несоответствие квалификации рабочей силы требованиям работодателей также усугубляет ситуацию. Множество местных жителей не могут найти подходящую работу по своей специальности, что приводит к высокому уровню скрытой безработицы. Сезонные колебания в сельском хозяйстве, являющемся важной частью экономики района, создают дополнительные трудности, так как занятость в этой сфере варьируется в зависимости от времени года.

Также стоит отметить миграцию молодежи в крупные города в поисках лучших возможностей, что приводит к старению рабочей силы и дефициту квалифицированных кадров. Для решения этих проблем необходимо сосредоточить усилия на развитии местной экономики, привлечении инвестиций, создании новых рабочих мест и повышении уровня образования и профессиональной подготовки населения. Комплексный подход к решению этих вопросов поможет улучшить ситуацию с безработицей и повысить качество жизни в Острогжском районе.

Трудовая миграция является одной из значительных проблем для Острогжского района. Многие жители уезжают в поисках лучших условий труда и жизни. Основные факторы, способствующие миграции:

- Низкий уровень зарплат по сравнению с соседними регионами (например, в Воронеже средняя зарплата составляет около 35 000 рублей).
- Ограниченные возможности карьерного роста.
- Нехватка рабочих мест в высокотехнологичных отраслях.

Низкий уровень заработной платы и ограниченные возможности трудоустройства побуждают местных жителей искать работу в более процветающих регионах или даже за границей. Во-вторых, многие молодые люди уезжают для получения образования в крупных городах, а затем остаются там, поскольку находят более привлекательные условия для жизни и работы.

Социальные факторы также влияют на миграцию. В Острогжском районе наблюдается недостаток современных услуг и инфраструктуры, что делает жизнь менее комфортной. Люди стремятся к улучшению качества жизни, доступу к лучшим медицинским и образовательным услугам. Кроме того, наличие семейных связей в других регионах или странах может способствовать решению о миграции.

Политическая стабильность и безопасность также играют важную роль. В условиях глобальных изменений многие жители ищут более безопасные и стабильные места для жизни и работы.

Наконец, глобализация и развитие технологий облегчают доступ к информации о возможностях трудоустройства за пределами района, что делает миграцию более привлекательной. Все эти факторы в совокупности формируют динамику трудовой миграции в Острогжском районе, отражая стремление людей к лучшей жизни и профессиональному развитию.

Для решения проблем занятости в Острогожском районе необходимо разработать комплекс мер, направленных на стимулирование экономического роста и создание новых рабочих мест.

Во-первых, следует активизировать поддержку местного предпринимательства через предоставление субсидий и льготных кредитов для малых и средних предприятий, что позволит увеличить количество рабочих мест и повысить уровень заработной платы.

Во-вторых, важно развивать инфраструктуру района, включая транспортные и коммунальные услуги, что делает его более привлекательным для инвесторов и новых бизнесов.

В-третьих, необходимо внедрять программы профессиональной подготовки и переподготовки кадров, ориентированные на потребности местного рынка труда, чтобы повысить квалификацию работников и адаптировать их к современным требованиям. Также стоит рассмотреть возможность создания центров занятости, которые будут предоставлять услуги по трудоустройству, консультации и карьерное сопровождение.

Кроме того, следует развивать сотрудничество с образовательными учреждениями для формирования программ стажировок и практик, что поможет молодежи получить опыт работы и повысить шансы на трудоустройство. Важно также привлекать инвестиции в новые от-

расли, такие как IT-технологии, агробизнес и экотуризм, которые могут создать дополнительные рабочие места.

Наконец, необходимо активно информировать население о существующих возможностях трудоустройства и программах поддержки, что поможет людям лучше ориентироваться в ситуации на рынке труда и использовать доступные ресурсы. Комплексный подход к решению проблемы занятости позволит не только улучшить экономическую ситуацию в районе, но и повысить качество жизни его жителей.

Проблемы занятости в Острогожском районе Воронежской области требуют системного подхода к решению. Высокий уровень безработицы, особенно среди молодежи и женщин, обусловлен ограниченной структурой экономики, где преобладают традиционные отрасли. Необходимы программы профессиональной подготовки и переподготовки для повышения квалификации рабочей силы, а также меры поддержки малого и среднего бизнеса, включая финансирование и налоговые льготы, чтобы стимулировать создание новых рабочих мест. Развитие инфраструктуры и привлечение инвестиций в новые сектора, такие как IT и экотуризм, могут существенно изменить ситуацию на рынке труда. Комплексный подход к данным вопросам позволит не только снизить уровень безработицы, но и улучшить качество жизни населения района.

Литература:

1. А., Шевченко — «Социально-экономические проблемы Воронежской области». 2020г. // Воронежский государственный университет.
2. В. Сидоров — «Проблемы занятости в России». 2021г. // Воронежский государственный университет.
3. Кузнецов И., Петрова А. — «Экономика регионов России». 2022г. г. Москва
4. Росстат, «Федеральная служба государственной статистики» // rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries
5. «Управление труда и социальной защиты населения Воронежской области». // govvrn.ru/org/ministerstvo/minsoczashchity-vo
6. «Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Воронежской области (Воронежстат)». // Социально-экономическое положение Воронежской области (Сборник 2024г.).
7. Научный журнал: «Проблема занятости и безработицы в воронежской области» // world-science.ru/ru/article/view?id=34106

Влияние концепции целей устойчивого развития ООН на экономическую политику Турции

Исмаилова Фируза Вугаровна, студент

Научный руководитель: Крылова Любовь Вячеславовна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассматривается влияние целей устойчивого развития Организации Объединенных Наций (ЦУР) на экономическую политику Турции, подчеркивая инициативы в области возобновляемых источников энергии и зеленые экономические стратегии. Актуальность исследования обусловлена значительной ролью, которую ЦУР сыграли в формировании экономической траектории Турции, особенно в принятии возобновляемых источников энергии и смягчении последствий изменения климата. Основные цели — проанализировать влияние ЦУР на экономическую политику

Турции, выявить проблемы этого влияния и предложить возможные улучшения. Результаты показывают, что, хотя Турция добилась существенных законодательных и стратегических успехов в направлении устойчивого развития, интеграция этих глобальных целей в ее экономическую структуру создала существенные экологические и финансовые проблемы. Вклад автора заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию экономической политики Турции, которая отдает приоритет проектам в области возобновляемых источников энергии, устойчивому городскому планированию и инклюзивным системам здравоохранения и образования.

Ключевые слова: устойчивое развитие, Турция, возобновляемые источники энергии, цели устойчивого развития ООН, экономическая политика Турции, «зеленая экономика».

Введение

Актуальность темы. Цели устойчивого развития (ЦУР) Организации Объединенных Наций в значительной степени сформировали траекторию экономической политики Турции, особенно в областях принятия возобновляемых источников энергии, смягчения последствий изменения климата и сокращения выбросов углерода. Приверженность правительства проявилась в нескольких ключевых законодательных и нормативных инициативах. Закон о возобновляемых источниках энергии, принятый в январе 2010 года, ускорил потоки инвестиций в проекты по энергоэффективности и инфраструктуру возобновляемых источников энергии. В 2020 году Совет по рынкам капитала Турции опубликовал Рамочную основу по соблюдению принципов устойчивого развития, устанавливающую всеобъемлющие требования для всех публичных компаний в стране. Совет еще больше укрепил свою нормативную базу в 2021 году, разработав руководящие принципы для зеленых долговых инструментов и зеленых лизинговых сертификатов, которые усилили надзор за финансовыми учреждениями и механизмы защиты инвесторов.

Министерство финансов Турции в ноябре 2021 года выпустило Рамочный документ по устойчивому финансированию, который стандартизировал зеленые и устойчивые транзакции на национальном фондовом рынке. Правительство включило цели по реализации ЦУР в свои национальные стратегии и планы развития на 2019–2023 годы, продемонстрировав системный подход к устойчивой экономической трансформации.

Обзор литературы. Некоторые специалисты рассматривали данную проблему в своих исследованиях. Так, например, Пашаев И. В. и Гулиев И. А. исследовали топливно-энергетический комплекс Турции в контексте устойчивого развития; Султанов Г. С. рассмотрел становление и развитие концепции устойчивого развития; Гонтарь А. В. выявил тенденции развития концепции устойчивого развития; Рябова Е. В. изучила влияние ESG-принципов на эффективность бизнеса в странах с различной интеграцией в мировое хозяйство и др.

Цель статьи — выявить влияние концепции целей устойчивого развития ООН на экономическую политику Турции, выявить проблемы подобного влияния, а также разработать возможные пути совершенствования данного процесса.

Основная часть

Начнем с того, что устойчивое развитие представляет собой комплексную социально-экономическую трансформацию, в которой использование экологических активов, распределение капитала, научный прогресс, личностный рост и системная адаптация функционируют в синергии для улучшения настоящих и будущих возможностей для удовлетворения человеческих устремлений. Данное явление охватывает гармонизацию между общественным прогрессом и сохранением окружающей среды, сохраняя при этом экономическую жизнеспособность. Концепция проявляется через сбалансированное потребление ресурсов, которое удовлетворяет современным промышленным и социальным требованиям, не ставя под угрозу целостность окружающей среды или интересы последующих поколений [4, с. 440].

Устойчивое развитие отдает приоритет оптимизации ресурсов, обеспечивая минимальное нарушение экологии и одновременно способствуя производительной экономической деятельности. Данная концепция подчеркивает сохранение природных систем на уровнях, которые позволяют регенерацию, одновременно продвигая социально-экономические цели [1, с. 390].

Цели в области устойчивого развития (ЦУР) ООН — набор из 17 взаимосвязанных целей, разработанных в 2015 году Генеральной ассамблеей ООН в качестве «плана достижения лучшего и более устойчивого будущего для всех» [8, с. 1].

Цели решают важнейшие проблемы, с которыми сталкивается человечество и планетарное благополучие, с помощью измеримых задач и показателей. Данные цели варьируются от искоренения нищеты (цель 1) и ликвидации голода (цель 2) до обеспечения доступа к здравоохранению и образованию (цели 3 и 4). Структура подчеркивает социальную справедливость через гендерное равенство (цель 5), одновременно решая вопросы экологической устойчивости посредством чистой воды (цель 6) и инициатив в области возобновляемых источников энергии (цель 7). Экономическое развитие занимает видное место в целях, способствующих достойному труду (цель 8), промышленным инновациям (цель 9) и сокращению неравенства (цель 10). Городское развитие и ответственные модели потребления рассматриваются в Целях 11 и 12, в то время как защита окружающей среды охватывает действия по борьбе с изменением климата (Цель

13), сохранение морской среды (Цель 14) и сохранение наземных экосистем (Цель 15). Рамки завершаются целями, ориентированными на мирные общества (Цель 16) и международное сотрудничество (Цель 17) [8, с.2].

Цели устойчивого развития Организации Объединенных Наций оказали глубокое влияние на экономическую политику Турции, направляя ее к более инклюзивному и устойчивому росту. Поскольку Турция согласовывает свои национальные повестки дня в области развития с этими глобальными целями, фокус сместился на решение таких насущных проблем, как борьба с нищетой, устойчивая индустриализация и экологическая устойчивость. Все это отражено в стратегических корректировках политики Турции, которые отдают приоритет проектам возобновляемой энергии, устойчивому городскому планированию и инклюзивному образованию и системам здравоохранения, все из которых направлены на содействие долгосрочной экономической стабильности и справедливому росту по всей стране [3, с. 50].

После Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро в 1992 году Турция взяла на себя обязательство включить принципы устойчивого развития в свою национальную экономическую политику. Основное внимание в этих правилах уделяется продвижению возобновляемых источников энергии, решению проблем изменения климата и сокращению выбросов углерода. В частности, в августе 2021 года Турция представила «План действий по зеленому соглашению», подтвердив свою приверженность переходу к экономике с низким содержанием углерода и устойчивому социально-экономическому прогрессу [2, с. 18].

В начале 2022 года стоимость электроэнергии, вырабатываемой из ископаемого газа, достигла 128 долларов за мегаватт-час, что более чем вдвое превышает среднюю стоимость электроэнергии от новых промышленных солнечных и наземных ветровых электростанций. Несмотря на то, что возобновляемые источники энергии являются конкурентоспособными по стоимости с внутренним углем, меры по повышению энергоэффективности остаются наиболее экономичными, оцениваясь всего в 14 долларов за МВт-ч. Тарифы на мощность, частично скорректированные в долларах США за киловатт-час, различаются в зависимости от источника, с дополнительными платежами за использование местных компонентов. Геотермальные и гидроаккумулирующие гидроэлектростанции получают 15-летнюю субсидию YEKDEM, в то время как другие источники получают 10-летний тариф и местные надбавки на 5 лет, которые пересматриваются ежеквартально. Сохраняются опасения по поводу волатильности лиры, а льготные тарифы сохраняются до 2030 года [10, с. 3].

СВО России на Украине в начале 2022 года привела к росту стоимости импортируемого топлива, что дало возможность Агентству по регулированию энергетического рынка (EMRA) вмешиваться в рынок электроэнергии. Банк промышленного развития Турции отмечает, что модель платы за поддержку, перераспределяющая средства

с недорогих солнечных, ветровых и гидроэлектростанций на те, у которых высокие эксплуатационные расходы, такие как импортируемый уголь и природный газ, была продлена до 2023 года [10, с. 5].

Всемирный банк подчеркнул повышенные риски для таких стран, как Турция, зависящих от импорта ископаемого топлива, из-за конфликта на Украине. Он подчеркнул срочность принятия мер по борьбе с изменением климата для поддержки энергетической безопасности и доступности. Турция может обеспечить свое энергетическое будущее, ускоряя инвестиции в отечественную солнечную и ветровую энергию, используя свой опыт утроения возобновляемых мощностей за последнее десятилетие и инвестируя в энергоэффективность, хранение батарей и технологии улавливания и хранения углерода.

В 2024 году Турция достигла успеха в секторе возобновляемой энергетики, увеличив мощность солнечных и ветровых установок на 6200 МВт. Данный рост подчеркивает привлекательность сектора для международных инвесторов и соответствует целям, сформулированным президентом Реджепом Тайипом Эрдоганом, который стремится к достижению общей мощности в 120 000 МВт к 2035 году. Министр энергетики Турции Алпарслан Байрактар выразил оптимизм относительно дальнейшего продвижения в 2025 году и объявил о планах начать строительство морских ветровых электростанций к 2028 году [11, с. 4].

Обязательство правительства сократить выбросы до нуля к 2053 году отражает его более широкую экологическую стратегию, которая включает значительные инвестиции в возобновляемую энергетику, подкрепленные улучшенными процессами выдачи разрешений. Одновременно Турция удовлетворяет свои энергетические потребности за счет развития внутренних ресурсов, что включает в себя увеличение добычи природного газа до 30 миллионов кубометров в день на месторождении Сакарья в Черном море и увеличение добычи нефти до 100 000 баррелей в день на участке горы Габар в Ширнаке [11, с. 6].

Байрактар признал необходимость разведки и разработки нефтяных и газовых месторождений по всему миру для удовлетворения растущих потребностей Турции в энергии, отражая практику западных энергетических гигантов, которые часто производят значительные объемы ресурсов за рубежом, несмотря на ограниченное внутреннее производство. Расширение разведочного и бурового флота Турции еще раз иллюстрирует это стратегическое направление [11, с. 7].

Турция планирует активировать все реакторы на АЭС Аккую в Мерсине к 2028 году и готовится запустить новые ядерные проекты в Синопе и Фракии.

На рисунке 1 структура производства возобновляемой энергии в Турции в 2023 году, при этом большая часть (71,4 млн кВт-ч) приходится на общие возобновляемые источники, за которыми следуют ветроэнергетика (35,1 млн кВт-ч), солнечная энергия (15,9 млн кВт-ч) и другие возобновляемые источники (20,3 млн кВт-ч).

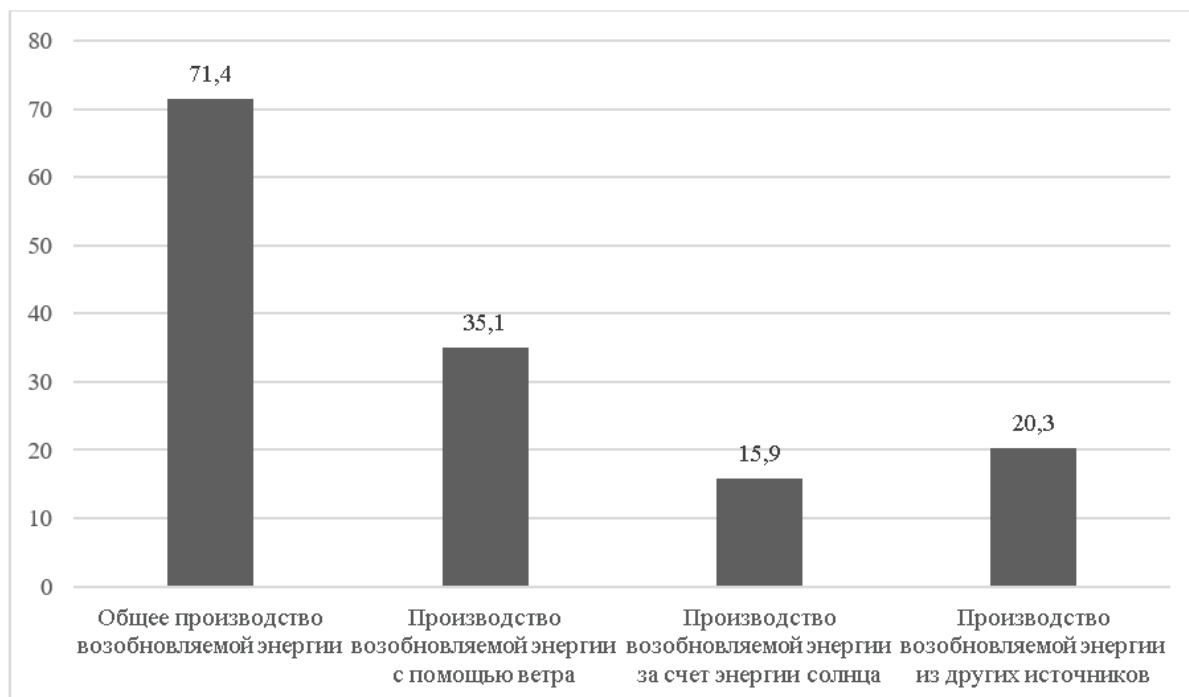


Рис. 1. Возобновляемые источники энергии Турции в 2023 году, млрд кВт-ч. [9, с. 5]

Двенадцатый национальный план развития (2024–2028) излагает стратегию Турции по содействию «зеленому» росту, одновременно сдерживая тенденцию к росту выбросов и реализуя меры по адаптации к изменению климата.

31 июля 2024 года министр торговли Турции Омер Болат объявил о новой инициативе, направленной на продвижение зеленой экономики и цифровой трансформации среди экспортеров страны. По программе выделяется 1,3 млрд долларов США на покрытие до 50 % гонораров за консультации для предприятий, участвующих в этом переходе в течение следующих пяти лет, с лимитом в 10 миллионов турецких лир (примерно 305 000 долларов США) на компанию. Во время конференции, на которой был представлен проект адаптации «Зеленая сделка», Болат подчеркнул экономический рост Турции на 5,7 % в первом квартале года, причем 1,6 процентных пункта были отнесены к внешней торговле. В 2023 году экспорт Турции достиг исторического максимума в 255,4 млрд долларов США, а торговля между Турцией и Европейским союзом — в рамках соглашения о Таможенном союзе — увеличилась до 211 млрд долларов США. Болат отметил, что экспорт в ЕС составил 41 % от общего объема внешней торговли Турции в прошлом году, а импорт из ЕС составил 30 %. С 2002 года Турция получила 267,1 млрд долларов прямых иностранных инвестиций, 110,2 млрд долларов из которых поступили из источников ЕС [5, с. 1].

Болат подчеркнул стратегическую важность адаптации к Механизму регулирования выбросов углерода ЕС (СВАМ), который затрагивает такие секторы, как железо, сталь, цемент, алюминий, удобрения, электроэнергия, во-

дород, текстиль и одежда. Данные секторы, составляющие 49 % от общего объема экспорта Турции в ЕС, особенно восприимчивы к новым правилам. Министр подчеркнул необходимость для этих отраслей быстро адаптироваться к рамкам регулирования выбросов углерода для сохранения конкурентоспособности. Болат указал, что законодательные изменения, такие как правила экодизайна, которые должны вступить в силу в рамках перехода к экономике замкнутого цикла, напрямую повлияют на экспорт в ЕС. Внедрение цифрового паспорта продукта вскоре станет обязательным для доступа на рынок ЕС, что потребует цифровой трансформации для турецких компаний [5, с. 3].

Однако внедрение Турцией Целей устойчивого развития ООН в экономическую политику сталкивается с рядом критических экологических и финансовых проблем. Стандарты качества воздуха в стране значительно отличаются от европейских норм, что указывает на постоянные проблемы загрязнения атмосферы, требующие немедленного внимания. Углеродсодержащие секторы экономики страны представляют собой существенные препятствия для перехода к устойчивым практикам, особенно потому, что технологии возобновляемой энергии требуют длительных периодов разработки для достижения рыночной конкурентоспособности и экономической жизнеспособности. Зеленый план действий турецкого правительства 2021 года демонстрирует приверженность низкоуглеродной экономической трансформации, однако его реализация сталкивается с заметными препятствиями [7, с. 24].

Затраты на переход представляют собой значительное бремя, особенно в реструктуризации энергетической ин-

фраструктуры и промышленных процессов. Отход от угольной генерации электроэнергии в сочетании с широкомасштабной промышленной и транспортной электрификацией требует значительных капиталовложений, а также несет значительные социальные последствия. Турция сталкивается с рисками, связанными с активами, когда передовые устойчивые технологии могут оказаться непомерно дорогими для широкого внедрения, что может привести к преждевременному выводу из эксплуатации существующих углеродоемких активов. Данная ситуация создает сложную экономическую проблему, где экологические цели противостоят немедленным финансовым ограничениям. Текущее состояние сектора возобновляемой энергии подчеркивает эти проблемы, поскольку для установления присутствия на рынке и достижения эксплуатационной эффективности требуется постоянная государственная поддержка.

Обозначим рекомендации. Основное внимание следует уделять содействию экологически сознательному экономическому росту при реализации мер по сокращению выбросов и адаптации к изменениям климата, что соответствует Двенадцатому национальному плану развития Турции (2024–2028), в котором приоритет отдается расширению возобновляемой энергетики, повышению энергоэффективности и развитию ядерной энергетики. Укрепление сотрудничества заинтересованных сторон остается важным фактором для достижения целей устойчивого развития. Промышленные ассоциации могут разрабатывать общепромышленные пути с нулевой прибылью, в то время как компании устанавливают научно обоснованные цели декарбонизации и обеспечивают капитал из глобальных и внутренних источников для финансирования процесса перехода.

Модернизация регулирующих механизмов служит важнейшим инструментом для внедрения принципов устойчивого развития и ESG. Законодательство о возобновляемой энергии, принятое в январе 2010 года, эффективно ускорило привлечение инвестиций в проекты по энергоэффективности и возобновляемым источникам энергии. Для стимулирования развития экологического бизнеса следует поощрять потребительский спрос на устойчивые варианты, что позволит предпринимателям и академическим учреждениям создавать экосистемы зеленых технологий и поддерживать финансирование инноваций.

Улучшение экономической политики Турции требует усиления вовлеченности компаний и инвесторов в практику устойчивого развития и ESG, поскольку это напрямую влияет на финансовые показатели страны. Внедрение передовых экологических технологий направлено на оптимизацию производственных процессов и снижение эксплуатационных расходов, что повышает долгосрочные конкурентные преимущества. Финансовые модели перехода к экономике с низким уровнем выбросов углерода требуют укрепления существующих баз данных о прогрессе и разработки соответствующих механизмов финансирования.

Заключение

Можно сделать вывод о том, что Турция согласовывает свои национальные стратегии развития с Целями устойчивого развития ООН, она реализовала ряд политик, ориентированных на возобновляемые источники энергии, устойчивое городское планирование и инклюзивные системы здравоохранения и образования. Данные инициативы отражают системный подход к содействию низкоуглеродной экономике при решении таких важных проблем, как бедность, устойчивая индустриализация и экологическая устойчивость. Законодательство и рамки, принятые с 2010 года, особенно те, которые улучшают проекты возобновляемой энергетики и инфраструктурные инвестиции, стали катализаторами значительных сдвигов в сторону энергоэффективности и сокращения выбросов углерода.

Однако интеграция ЦУР в экономическую структуру Турции столкнулась со значительными экологическими и финансовыми проблемами. Постоянные проблемы с качеством воздуха, расходы на переходный период, связанные с реструктуризацией энергетической инфраструктуры, и экономическая целесообразность масштабирования возобновляемых технологий создают серьезные препятствия для полной реализации ЦУР. Несмотря на эти препятствия, приверженность Турции устойчивым практикам, о чем свидетельствуют ее амбициозные цели по возобновляемым источникам энергии и принятие зеленых экономических инициатив, закладывает основу для постоянных корректировок в политике и инфраструктуре, которые отдают приоритет экологической устойчивости наряду с экономической жизнеспособностью.

Литература:

1. Гонтарь, А. В. Тенденции развития концепции устойчивого развития / А. В. Гонтарь // Новая наука: от идеи к результату. — 2024. — № 6. — С. 388–393.
2. Пашаев И. В., Гулиев И. А. Топливо-энергетический комплекс Турции в контексте устойчивого развития / И. В. Пашаев, И. А. Гулиев // Дискуссия. — 2021. — № 4. — С. 15–29.
3. Рябова, Е. В. Влияние ESG-принципов на эффективность бизнеса в странах с различной интеграцией в мировое хозяйство / Е. В. Рябова, В. В. Россохин // Псковский региональный журнал. — 2024. — Т. 20, № 2. — С. 42–63.
4. Султанов, Г. С. Становление и развитие концепции устойчивого развития / Г. С. Султанов // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы, 2023. — С. 439–445.

5. Минторг Турции представил программу зеленой трансформации для экспортеров. — Текст: электронный // МК-Турция: [сайт]. — URL: <https://mk-turkey.ru/economics/2024/07/31/p-mintorg-turcii-predstavilo-programmu-zelenoj-transformacii-dlya-eksporterov.html> (дата обращения: 29.01.2025).
6. Турция является примером в области устойчивого туризма. — Текст: электронный // News Central Asia: [сайт]. — URL: <https://www.newscentralasia.net/2023/12/13/turtsiya-yavlyayetsya-primerom-v-oblasti-ustoychivogo-turizma/> (дата обращения: 28.01.2025).
7. Устойчивое развитие и корпоративное управление в Турции: информационно-аналитический обзор декабрь, 2022 год. — Текст: электронный // Национальный Совет по корпоративному управлению: [сайт]. — URL: <https://nccg.ru/assets/files/obzori/ustojchivoe-razvitie-i-korporativnoe-upravlenie-v-turcii.pdf> (дата обращения: 28.01.2025).
8. Цели в области устойчивого развития. — Текст: электронный // ООН: [сайт]. — URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 28.01.2025).
9. 2024-й год стал рекордным для сферы ВИЭ Турции. — Текст: электронный // E²nergy: [сайт]. — URL: <https://eenergy.media/news/31381> (дата обращения: 28.01.2025).
10. Renewable Energy by Country 2024. — Текст: электронный // World Population Review: [сайт]. — URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/renewable-energy-by-country> (дата обращения: 29.01.2025).
11. Türkiye's sustainability transformation: The net-zero opportunity. — Текст: электронный // McKinsey Sustainability: [сайт]. — URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/turkiyes-sustainability-transformation-the-net-zero-opportunity> (дата обращения: 28.01.2025).

Корпоративная культура как ключевой фактор повышения эффективности и качества труда в ООО «Суксунское»

Комаров Максим Олегович, студент

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

В статье рассматривается роль корпоративной культуры в повышении эффективности и качества труда на примере ООО «Суксунское». Анализируются основные элементы корпоративной культуры, их влияние на мотивацию сотрудников и общую производительность компании. Предлагаются рекомендации по совершенствованию корпоративной культуры для достижения стратегических целей организации.

Ключевые слова: корпоративная культура, эффективность труда, качество труда, мотивация сотрудников, производительность, ООО «Суксунское».

Введение

В условиях современного рынка корпоративная культура приобретает ключевое значение для обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития организации. Она формирует ценностные ориентиры, нормы поведения и модели взаимодействия внутри коллектива, что напрямую влияет на мотивацию сотрудников, их удовлетворенность работой и, как следствие, на общую производительность и качество труда. В данной статье будет проведен анализ корпоративной культуры ООО «Суксунское», выявлены ее сильные и слабые стороны, а также предложены меры по ее совершенствованию.

Основные элементы корпоративной культуры

Корпоративная культура представляет собой систему ценностей, норм, традиций и ритуалов, которые формируются в организации и определяют поведенческие стандарты сотрудников. Корпоративная культура пред-

ставляет собой систему ценностей, норм, традиций и ритуалов, которые формируются в организации и определяют поведенческие стандарты сотрудников. К основным элементам корпоративной культуры можно отнести:

1. Ценности и принципы — основополагающие убеждения и нормы, которыми руководствуются сотрудники в своей профессиональной деятельности. К числу таких принципов могут относиться честность, ответственность, уважение к коллегам и клиентам, инновационность и клиентоориентированность.

2. Нормы поведения — формализованные правила и ожидания, регулирующие поведение сотрудников в различных рабочих ситуациях. Это могут быть правила делового общения, дресс-код, нормы командной работы, стандарты качества и т. д.

3. Традиции и ритуалы — неформальные мероприятия и практики, способствующие укреплению корпоративной идентичности и сплочению коллектива. К ним относятся корпоративные праздники, тимбилдинговые мероприятия, традиции приветствия новых сотрудников и т. п.

Влияние корпоративной культуры на мотивацию сотрудников

Корпоративная культура оказывает существенное влияние на уровень мотивации сотрудников. Позитивная и поддерживающая корпоративная среда способствует формированию у сотрудников чувства принадлежности к организации, уверенности в своих силах и заинтересованности в достижении общих целей. Это, в свою очередь, приводит к повышению их производительности и качества труда.

В ООО «Суксунское» для повышения уровня мотивации сотрудников можно внедрить систему материального и нематериального стимулирования. Материальное стимулирование может включать премии, бонусы, социальные льготы и другие формы вознаграждения за высокие результаты работы. Нематериальное стимулирование может быть представлено публичным признанием достижений, возможностью участия в интересных проектах, предоставлением гибкого графика работы и т. д.

Рекомендации по совершенствованию корпоративной культуры

Для повышения эффективности и качества труда в ООО «Суксунское» рекомендуется предпринять следующие шаги:

1. Провести комплексный анализ текущей корпоративной культуры с целью выявления ее сильных и слабых сторон. Это позволит определить направления для дальнейшего совершенствования.

2. Разработать и внедрить новые элементы корпоративной культуры, способствующие повышению мотивации и вовлеченности сотрудников. Это могут быть новые традиции, ритуалы, программы обучения и развития, а также механизмы поддержки инициатив.

3. Обеспечить систематическое обучение и профессиональное развитие сотрудников. Это позволит им соответствовать требованиям корпоративной культуры, повышать свою квалификацию и адаптироваться к изменениям в бизнес-среде.

4. Создать условия для активного участия сотрудников в принятии решений и реализации инновационных проектов. Это будет способствовать формированию культуры инноваций и постоянного совершенствования.

5. Обеспечить комфортные условия труда, включая эргономику рабочих мест, благоприятные условия для общения и сотрудничества, а также возможности для отдыха и восстановления сил.

Заключение

Корпоративная культура является важным фактором, определяющим эффективность и качество труда в организации. В ООО «Суксунское» совершенствование корпоративной культуры может стать ключевым инструментом повышения мотивации сотрудников, улучшения их профессиональных навыков и достижения стратегических целей компании. Для этого необходимо провести детальный анализ текущей ситуации, разработать и внедрить комплексные меры по совершенствованию корпоративной среды, а также обеспечить условия для постоянного развития и совершенствования сотрудников.

Литература:

1. Абрамова С. Г., Костенчук И. А. О Понятии «Корпоративная Культура». / Абрамова С. Г. — М., 2012.
2. Василенко С. В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. 2-е изд. / Василенко С. В. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.
3. Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. Корпоративная культура: Теория и практика. / Капитонов Э. А. — М.: Альфа-Пресс, 2005.
4. Колесников А. В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / Колесников А. В. — М: Нхancascreo Krair, 2025.
5. Орехов С. А., Корпоративное управление: учебник для вузов / Орехов С. А. — Москва: Издательство Юрайт, 2025.
6. Внутренние документы и материалы компании, касающиеся политики управления персоналом и корпоративной культуры.

Повышение конкурентоспособности предприятия

Липницкий Евгений Николаевич, студент магистратуры

Научный руководитель: Борисова Ольга Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, проректор по учебной работе
Сибирский институт бизнеса и информационных технологий (г. Омск)

Повышение конкурентоспособности является стратегической целью для каждого предприятия. Многие фирмы, предприятия как крупные, так и малые непрерывно осуществляют стратегическое планирование. Стратегическое планирование — это решения и действия по их осуществлению, имеет целью разработку стратегии предприятия. Стратегия предприятия — это системный комплекс действий, направленный на реализацию миссий и целей компании, которые направлены на улучшение эффективности предприятия. В связи с этим, для определения наиболее подходящей стратегии проводится анализ конкурентоспособности с оценкой всех факторов внешней среды, влияющих на деятельность компании.

Ключевые слова: конкуренция, стратегия, цель, миссия, проблемы, планирование, тактика.

Increasing the competitiveness of the enterprise

Lipnitsky Evgeny Nikolaevich, student master's degree

Scientific advisor: Borisova Olga Mikhailovna, candidate of economic sciences, associate professor, vice-rector for academic work
Siberian Institute of Business and Information Technologies (Omsk)

Increasing competitiveness is a strategic goal for every company. Many firms and enterprises, both large and small, continuously carry out strategic planning. Strategic planning is about decisions and actions to implement them, with the goal of developing an enterprise strategy. An enterprise's strategy is a systematic set of actions aimed at achieving the company's missions and goals. Which are aimed at improving the efficiency of the enterprise. In this regard, to determine the most appropriate strategy, a competitiveness analysis is carried out, with an assessment of all environmental factors affecting the company's activities.

Keywords: competition, strategy, goal, mission, problems, planning, tactics.

Конкурентная стратегия представляет собой набор методов привлечения и удовлетворения потребителей, а также методов укрепления собственных позиций на рынке за счёт противостояния существующим конкурентам [1]. Конкурентная стратегия имеет своей целью превосходство фирмы относительно её конкурентов в предложении товаров и услуг. Иными словами, конкурентная стратегия нацелена на желание фирмы обойти своих конкурентов с помощью создания товаров и услуг, которые пользуются спросом у потребителей, и захватить, а в дальнейшем закрепить за собой позицию лидера на рынке. Конкурентная стратегия включает в себя наступательные и защитные приёмы, работу с ресурсами, поддерживающими долгосрочную эффективность и удачную конкурентную позицию. Внутренняя деятельность по предоставлению потребительской ценности — это основа конкурентной стратегии.

Конкурентная стратегия организации практически всегда уникальна, так как она напрямую зависит от особенностей положения фирмы на рынке и текущей ситуации в отрасли. Однако, не вдаваясь в подробности, можно выявить два фактора, на которых основываются различия конкурентных стратегий:

1. цели, преследуемые фирмой на рынке;
2. низкие издержки. При выборе конкурентной стратегии всегда учитывается текущая и будущая конкурентная позиция организации, её нынешние и по-

тенциальные возможности и условия внешней среды конкуренции.

К внешней среде организации относятся потребители, посредники (торговые, транспортные и посредники сбыта), фирмы конкуренты, финансовые организации (банки, страховые компании), рекламные агентства и др. Также элементами внешней среды являются экономическая и политическая ситуация в стране, уровень научно-технического развития, нормы права и морали. Данные элементы являются неуправляемыми и неподдающимися контролю фирмой.

Контролировать фирма может только свою внешнюю среду, включающую в себя организационную структуру, производство, разработку товарного ассортимента, сбытовую деятельность и др. В связи с этим конкурентная стратегия должна быть направлена на согласование возможностей фирмы и рыночной ситуации. Немаловажно, чтобы при этом фирма была гибкой к изменениям во внешней среде.

Таким образом, конкурентная стратегия фирмы представляет собой процесс перехода от нынешней конкурентной позиции организации к желаемой. Среди безграничного множества конкурентных стратегий можно выделить пять типов основных конкурентных стратегий:

1. Лидерство по издержкам. Данная стратегия основана на ориентировании фирмы на широкий рынок и производство товаров при минимальных затратах, что

обуславливает снижение цен для потребителей. Стратегия лидерства по издержкам предполагает максимальный контроль за расходами, инвестирование прибыли в производство, понижение издержек по сбыту и рекламе.

2. Широкая дифференциация. Стратегия широкой дифференциации представляет собой привлечение внимания покупателей благодаря различию товаров фирмы от подобных товаров фирм-конкурентов. Товар должен обладать уникальными свойствами, которые дифференцируют его, что зачастую позволяет установить более высокую цену товару и усилить приверженность потребителей к торговой марке фирмы.

3. Оптимальные издержки. Стратегия оптимальных издержек предполагает сочетание сниженных издержек и дифференциального товара. Оптимальные издержки достигаются путём придания товарам потребительной ценности при уровне затрат более низком, чем у конкурентов. Проще говоря, фирма должна обладать ресурсами и возможностями, способными обеспечить такое же качество, как у конкурентов, но с меньшими затратами, такие же характеристики товаров, но с ценами, ниже, чем у конкурентов.

4. Рыночная ниша. Стратегия рыночной ниши имеет место при выборе узкой области внутриотраслевой конкуренции. Данная стратегия фокусируется на строго очерченном круге покупателей в обособленном (возможно, единственном) сегменте рынка.

Как правило, стратегию рыночной ниши выбирают небольшие предприятия, однако стоит учитывать возможность конкуренции в виде крупных предприятий, которые применяют эффект масштаба производства.

5. Наступательная и оборонительная стратегия. Наиболее популярная наступательная стратегия — предложение такого же товара, но по более низкой цене, что помогает увеличить рыночную долю в условиях невозможности снижения цен со стороны конкурентов. Также к наступательной стратегии относится выгодное использование недостатков конкурентов, усиление рекламы, привлечение потребителей за счёт бесплатной раздачи образцов продукции и проведения политики скидок [2].

Оборонительная стратегия имеет два основных направления деятельности: перекрытие возможных путей атаки и демонстрация способности к ответным действиям. Подытоживая вышесказанное, конкурентная стратегия — это набор методов привлечения потребителей, удовлетворения их потребностей, совмещенных с противоборством конкурентам и сохранением своих рыночных позиций.

Целью любой конкурентной стратегии является превосходство над конкурентами в предложении товаров и услуг. Конкурентная стратегия выбирается на основе внимательного анализа внешней среды фирмы и её внутренних ресурсных возможностей. Удачно выбранная конкурентная стратегия помогает не только закрепить за собой долю на рынке, но и завоевать новые доли.

Существует множество способов повышения конкурентоспособности организации. Самыми распространенными среди них являются:

- рост объёмов реализации продукции;
- улучшение качества выпускаемой продукции;
- уменьшение расходов;
- бенчмаркинг.

Одним из стандартных путей повышения конкурентоспособности предприятия является рост объёмов реализации продукции. Объём реализации продукции может измеряться в следующих показателях:

- натуральные показатели (штуки, тонны, метры и т.д.);
- стоимостная оценка (при использовании оптовых цен в рублях или другой валюте);
- условно-натуральные показатели (для обобщенной оценки объёма выпускаемой продукции, то есть для оценки общего объёма производства разноразмерной продукции без относительной оценки).

Основными показателями объёма реализации продукции являются следующие показатели:

- валовая продукция — стоимость произведенной продукции и исполненных работ с учетом незавершенного производства;
- товарная продукция — стоимость готовой к реализации продукции (товарная продукция отличается от валовой продукции величиной остатков незавершенного производства и внутризаводского оборудования);
- внутризаводской оборот — товары и услуги, которые были произведены для собственных производственных нужд;
- реализованная продукция — тот конечный продукт, который уже отгружен и оплачен потребителями.

Во время организации производственного процесса необходимо решить вопрос об определении объёма реализации продукции, который бы обеспечивал безубыточную производственную деятельность. Стоит отметить, что важно учитывать такие показатели, как величина расходов предприятия, его прибыль и другие, иначе есть риск, что повышение объёмов реализации не принесёт никаких результатов.

Рост объёмов реализации продукции является основой повышения прибыльности предприятия, а значит должен стать главной целью внутрикорпоративного управления. При долгосрочном планировании приоритетным фактором будут инновационные технические и технологические изменения, способствующие снижению издержек [3]. Следующий метод повышения конкурентоспособности организации — это улучшение качества выпускаемой продукции. Основными принципами системы качества служат:

1. ориентированность на нужды потребителя, которая облегчит продвижение товара на рынок, за счет удовлетворения основных потребительских запросов;
2. работа над качеством на всех стадиях жизненного цикла товара;

3. оценка полученной информации, обратной связи от потребителей, мониторинг их удовлетворённости товаром;

4. сопоставление физического и планового результатов, что помогает оценить и уменьшить затраты, стабилизируя уровень качества товара;

5. разработка модели объекта, позволяющая выявить закономерности процесса формирования качества товара на всех этапах его изготовления (используются метод регрессионного анализа, корреляции и планирования эксперимента);

6. постоянное обновление ассортимента продукции, с учётом выполненной «работой над ошибками».

Улучшение качества выпускаемой продукции помогает в освоении новых рынков, увеличении экспорта, поднятии имиджа у потребителей, а следовательно, увеличение прибыли. Ещё одним способом повышения конкурентоспособности является уменьшение расходов. Расходы по обычным видам деятельности включают в себя:

— расходы на приобретение сырья, материалов, товаров и прочих материально-производственных запасов;

— расходы, которые возникают в процессе переработки/доработки материально-производственных запасов, расходы на продажу/перепродажу товаров (содержание и эксплуатация основных средств и других внеоборотных активов, коммерческие расходы, управленческие расходы и другие).

Уменьшение расходов является самым традиционным и популярным методом повышения конкурентных преимуществ. Конкурентным преимуществом будет обладать то предприятие, которое, проведя определённый комплекс мер, достигло затрат меньших, чем конкуренты. Реализация метода уменьшения издержек требует координации работы сотрудников по совершенствованию производственных технологий, логистики, НИОКР, менеджмента персонала и организационной культуры.

Для успешного уменьшения расходов необходимо непрерывно анализировать затраты на всех стадиях проектирования, выпуска и реализации продукции. Основную роль в стратегии уменьшения расходов играют маркетинги, которые вынуждены постоянно заниматься мониторингом состояния рынка, производить функционально стоимостной анализ, отслеживать проводимые научных исследований и появление новейшего технологического оборудования, а также следить за подобными расходами у конкурирующих предприятий.

Самыми доступными для оптимизации затратами являются следующие:

— затраты труда (то есть возможность сократить численность персонала);

— затраты на сырьё и материалы (возможно оптимизировать за счет поиска новых поставщиков, пересмотр условий договора по поставкам, внедрение ресурсосберегающих технологий).

Стоит отметить, что при стремлении к уменьшению расходов, большое значение имеет экономия сырья, ма-

териалов и топлива за счет внедрения безотходной и малоотходной технологии. Также, сильным конкурентным преимуществом является возможность полного использования вторичного материального ресурса.)

— производственные расходы (возможна сдача арендуемого помещения в субаренду, экономия на энергоресурсах, самостоятельный ремонт и техническое обслуживание оборудования);

— транспортные расходы (ограничение парка служебных автомобилей);

— затраты на рекламу (анализ эффективности рекламной кампании и выявление возможностей сокращения бюджета на рекламу).

Помимо перечисленных способов снижения затрат, любому предприятию следует чётко соблюдать финансовую дисциплину, эффективно организовывать учёт и систематически осуществлять проверки с анализом затрат. Ещё одним традиционным способом повышения конкурентоспособности является бенчмаркинг.

Бенчмаркинг — это система постоянного исследования опыта ведущих компаний и компаний смежных отраслей для улучшения собственной работы на основе уже имеющихся примеров эффективного функционирования компаний. Отличие бенчмаркинга от обычного анализа и сравнения показателей эффективности конкурентов состоит в постоянстве и продолжительности исследования.

С помощью бенчмаркинга можно выяснить, каким образом лидирующее предприятие завоевало и удерживает свою позицию на рынке. Далее происходит внедрение подобных действий и процессов в собственное предприятие, ориентируясь на стандарты лучших предприятий. Основными этапами бенчмаркинга являются:

— непрерывное и систематическое сравнение эффективности и результативности продуктов, услуг, процессов и технологий;

— анализ и оценка сильных и слабых сторон предприятия в сравнении с эталонным стандартом;

— определение наилучшего опыта лидирующих компаний, а также выявление причин различий результативности у компаний конкурентов;

— формулирование, планирование и реализация мероприятий, обеспечивающих непрерывное повышение результативности.

Вывод: Повышение конкурентоспособности предприятия возможно лишь при долгосрочном, непрерывном и комплексном совершенствовании всех детерминантов конкурентоспособности. Конкурентоспособность предприятия — это его свойство, отражающее уровень реального или потенциального удовлетворения им какой-либо потребности в сравнении с подобными предприятиями на данном рынке.

Анализ конкурентоспособности необходим для успешной коммерческой деятельности и выживания на рынке в условиях конкуренции. Чёткого алгоритма анализа конкурентоспособности не существует, для каждого отдельного предприятия создаётся собственный уни-

кальный алгоритм, включающий в себя следующие этапы: поиск лидирующих организаций-конкурентов; определение экономических драйверов в данной отрасли; выявление конкурентных преимуществ других организаций; прогнозирование перспектив развития рынка. Анализ конкурентоспособности предприятия имеет своей целью определение собственного положения на занимаемом рынке.

Существуют следующие виды методов оценки конкурентоспособности предприятия:

- матричные;
- аналитические;
- графические;
- комплексные.

Самыми точными из них являются аналитические, самыми глубокими и многосторонними являются матричные, а самыми наглядными — графические. Так как каждый вид анализа конкурентоспособности имеет свои преимущества и недостатки, то наиболее эффективно использовать комплекс данных указанных методов для составления полной и точной картины состояния организации, её внутренней и внешней среды, тенденций развития отрасли и рынка, в которой она существует.

По результатам анализа конкурентоспособности предприятия на основе её сильных и слабых сторон, с учётом возможностей развития, а также выявленных угроз выбирается конкурентная стратегия организации, которая направлена на привлечение новых покупателей, удовлетворение их потребностей, а также укрепление и сохранение существующих позиций предприятия на рынке за счёт противостояния основным отраслевым конкурентам.

Иными словами, конкурентная стратегия нацелена на повышение конкурентоспособности предприятия с учётом всех его внутренних особенностей и среды, его окружающей. Конкуренция является не только неотъемлемой частью любой рыночной системы, но и наиболее действенным механизмом развития современной экономики, так как борьба за лидирующие позиции вынуждает предприятия стремиться к улучшению качества продукции, созданию и применению новых технологий, совершенствованию внутренних структур предприятия.

Именно в попытках обойти своих конкурентов, а в дальнейшем сохранить позицию на рынке, организация приближается к своему пику эффективной и успешной деятельности.

Подведем итоги. Конкурентоспособность компании — это, прежде всего, способность вести прибыльную экономическую деятельность в высококонкурентной среде.

Литература:

1. Хандамова Э. Ф. Управление интегрированными коммуникациями. — Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2021. — 234 с.
2. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг. — М.: Дашков и К, 2020. — 324 с.
3. Шевченко Д. А. Интегрированные коммуникации. — М.: Дашков и К, 2022. — 298 с.

Конкурентоспособность компании также подразумевает её способность поддерживать эффективные экономические контакты с потребителями, поставщиками и конкурентами. В научных исследованиях отражено, что конкурентоспособность — это сложное и многоуровневое понятие, исследование которого должно быть, так сказать, строго привязано к конкретной конкурентной сфере и, в частности, её уровню. В этом контексте можно с уверенностью сказать, что базовый уровень обеспечения конкурентоспособности является макроэкономическим и определяет основные условия функционирования всей экономической системы.

Далее следует важный мезоуровень, на котором, в свою очередь, формируются перспективы развития конкретной отрасли или определенной. На микроуровне конкурентоспособность принимает окончательную форму, так сказать, в форме соотношения цены и качества товаров. Причём, эти отношения, безусловно, зависят от условий, возникших на двух предыдущих уровнях, а также от сотрудников компании, их способности использовать свои собственные ресурсы, а также от национальных, общих и отраслевых сравнительных экономических преимуществ.

Итак, на основе проведённых исследований различных авторов понятий конкурентоспособности, можно выделить следующие важнейшие особенности:

- во-первых, что это показатель привлекательности продукции для потребителя, так сказать определенная характеристика возможности продаж;
- во-вторых, это такая величина, которая задаётся при создании новой продукции или услуг;
- в-третьих, в полной мере отражает удовлетворённость потребителя;
- в-четвертых, это такая относительная величина, которая получается при сравнении за одинаковый промежуток времени с похожей продукцией основных конкурентов по основным характеристикам: техническим, экономическим и эксплуатационным;
- в-пятых, это математически прогнозируемая величина. Многочисленные исследования внешних факторов позволяют сформировать конкурентную среду для компаний.

Однако на все внешние факторы компания может влиять только косвенно, поэтому необходимо подробно исследовать внутренние факторы, оказывающие прямое воздействие на конкурентоспособность компаний, в частности, рыночную эффективность и политику управления издержками.

4. Шевченко Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций. — М.: Директ-Медиа, 2022. — 194 с.
5. Щербакова Д. В. Современные концепции развития городов [Электронный ресурс] // SSRN. — URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4215346. — (дата обращения: 11.04.2025).
6. Armoniene A. Integrated Communication — Pursuing a Harmony of Persuasive Voices [Электронный ресурс] // NordMedia. — URL: <https://nordmedianetwork.org/latest/news/integrated-communication-pursuing-a-harmony-of-persuasivevoices/>. — (дата обращения: 11.04.2025).

Методические и практические аспекты понятия «налоговая нагрузка»

Малюгина Анна Сергеевна, студент

Научный руководитель: Максимович Людмила Всеволодовна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Саратов)

В данной статье автором определяется понятие «налоговая нагрузка» с точки зрения различных методических и практических аспектов, в контексте влияния на экономические действия и налоговую политику.

Ключевые слова: налоги, налоговая нагрузка, экономика, налоговое бремя.

Для характеристики воздействия налогообложения на экономику в целом и экономические субъекты в частности используют различные термины: «налоговое бремя», «налоговая нагрузка», «налоговый пресс», «тяжесть налогообложения», «налоговая квота» и т. п. В российских официальных документах, как правило, используется термин «налоговая нагрузка». По мнению некоторых авторов, это объясняется тем, что термин «налоговое бремя» изначально несет отрицательный подтекст, вследствие чего государственные органы, разрабатывающие налоговую политику, стараются его избегать [1].

Налоговая нагрузка — это ключевой экономический показатель, отражающий величину налоговых обязательств как для отдельного налогоплательщика, так и для экономики в целом. Понимание этого понятия важно, как для ведущих экономических исследований, так и для практической деятельности бизнеса и государственного управления.

Существуют различные методические и практические аспекты по отношению к определению налоговой нагрузки:

1. Определение налоговой нагрузки с точки зрения ученых к трактовке данного понятия. Такие ученые-экономисты, как О. Ф. Пасько, В. Г. Пансков, Б. А. Теслюк, И. А. Майбуров, Ю. А. Лукаш, И. В. Горский, М. Н. Крейнина, Н. В. Миляков, И. И. Бабленкова, А. В. Брызгалов, В. Р. Юрченко рассматривают показатель налоговой нагрузки как часть доходов отдельного хозяйствующего субъекта, изымаемая в бюджет в виде налогов и сборов или как совокупный, объем налоговых поступлений. Например, И. А. Майбуров определяет налоговое бремя как «важнейший фискальный показатель налоговой системы страны, характеризующий совокупное воздействие налогов на ее экономику в целом, отдельный хозяйствующий субъект или иного плательщика, определяемый как доля их доходов, уплачиваемая государству в форме налогов и платежей налогового характера» [2].

А. Н. Цыгичко рассматривает понятие налогового бремени как «часть совокупной финансовой нагрузки, ограничивающей ресурсы расширения и модернизации предприятий» [3].

2. Налоговая нагрузка как доля ВВП. Другой подход к определению налоговой нагрузки — это ее измерение в контексте валового внутреннего продукта (ВВП) государства. Налоговая нагрузка определяется как отношение общих налоговых поступлений к ВВП, что позволяет оценить уровень налогового бремени на экономику в целом. Этот подход предоставляет возможность сравнивать налоговые нагрузки между различными странами и регионами, учитывая масштабы экономики. Сравнение налоговой нагрузки относительно ВВП дает возможность увидеть, как государство использует налоговые средства для финансирования общественных услуг и социального обеспечения. Такие страны как Норвегия, Швеция, Финляндия имеют самый высокий уровень налоговой нагрузки, при этом в перечисленных выше странах один из самых высоких уровней в мире предоставляемых социальных услуг. Это наглядно показывает, что высокий уровень нагрузки, который был определен государством, оправдывается благодаря высокому уровню социальных благ, которые имеют большое значение для населения. Напротив, государства Чад и Демократическая Республика Конго имеют низкий уровень налоговой нагрузки, при этом и уровень предоставляемых социальных услуг также остается на низком уровне. Это означает, что у государства недостаточно средств для финансирования общественных благ, что в свою очередь приводит к социальному неравенству среди граждан, а также к обострению социальных проблем. Каждой стране необходимо найти и поддерживать баланс между собранными налогами и способами эффективно их расходовать.

3. Налоговая нагрузка в разрезе категорий налогоплательщиков. Уровень налоговой нагрузки различается по категориям налогоплательщиков. Это могут быть как и физические лица, так и малые, средние и крупные предприятия, но также налоговая нагрузка может различаться в зависимости от вида деятельности организаций. Малые предприятия чаще всего сталкиваются с проблемами высокой нагрузки, так как они имеют меньше ресурсов и возможностей для грамотного налогового планирования, что в свою очередь ведёт к проблемам с процессом оптимизации налогообложения. Различия могут быть связаны не только с разными ставками налогов, но и с налоговыми льготами, которые могут быть доступны разным категориям налогоплательщиков. Крупные же организации, в свою очередь, имеют больше ресурсов для грамотного налогового планирования, что позволяет им не только использовать различные сервисы для оптимизации налогообложения, но и привлекать специалистов со стороны. Но для малых предприятий такой процесс оптимизации затруднителен в связи с ограниченностью ресурсов. При формировании налоговой политики государство должно обращать внимание на данный аспект по отношению к малому бизнесу. Налоговая политика должна учитывать специфику деятельности субъектов малого предпринимательства, а также их ограниченное количество ресурсов, тем самым предоставляя возможность малому бизнесу облегчить налогообложение.

4. Психологический аспект в понимании налоговой нагрузки. Со стороны населения налоговая нагрузка понимается как отношение граждан к сбору налогов, а также уровень их доверия к государству и к расходам собранных ресурсов. Всё это имеет ключевое значение в формировании налогового сознания у граждан, а также в их готовности выполнять свои обязательства. Если же население уверено, что их налоги направляются на нужды общества, например, на здравоохранение, инфраструктуру или же образование, в таком случае они более охотно исполняют свои налоговые обязательства. Если же в государстве имеет место коррупция и некорректное расходование бюджетных средств, то это всё вызывает недовольство у налогоплательщиков, что, в свою очередь, приводит к уклонению от сбора налогов.

5. Способность влияния налоговой нагрузки на рост экономики страны. Неоправданно высокая налоговая нагрузка может привести к сокращению экономической активности государства, к снижению инноваций, что в свою

очередь приводит к сокращению инвестиций, поступающих в страну. Оптимальной налоговой нагрузкой считается та, которая позволяет государству самостоятельно финансировать свои нужды, не угнетая при этом частную инициативу. С другой же стороны, недостаточный уровень налоговой нагрузки приводит к нехватке ресурсов, которые необходимы для обеспечения общественных услуг, что также в перспективе приводит к снижению экономической активности государства. Таким образом, в каждом государстве должна разрабатываться сбалансированная налоговая нагрузка, которая будет учитывать как интересы страны, так и интересы бизнеса и налогоплательщиков.

6. Административный подход к определению налоговой нагрузки. С точки зрения государственного управления налоговая нагрузка рассматривается как сумма обязательств, которые государство накладывает на налогоплательщиков и бизнес через налоги. Данный подход позволяет проанализировать эффективность применяемой налоговой политики, а также её влияние на экономическую активность страны. В данном случае особое внимание должно уделяться оценке, которая показывает, насколько реформы в налоговом законодательстве повлияют на снижение налоговой нагрузки и, следовательно, на развитие бизнеса.

7. Социальный подход к определению налоговой нагрузки. Социальный подход рассматривает определение налоговой нагрузки в контексте справедливости распределения налоговых обязательств. В данном случае акцент делается на том, как налоги могут воздействовать на различные социальные слои населения. Например, прогрессивное налогообложение, при котором ставки будут увеличиваться с ростом доходов, рассматривается как справедливый метод распределения налогового бремени. В данном контексте рассматривается не только уровень налогов, но и их влияние на уровень жизни граждан различных категорий.

Таким образом, разработка налоговой политики государства требует комплексного анализа определения налоговой нагрузки. Важно, чтобы данный анализ учитывал как количественные, так и качественные аспекты налогового бремени. В условиях мировых изменений, а также экономического развития важно, чтобы налоговая система всегда оставалась гибкой и быстро адаптируемой к глобальным изменениям, обеспечивая при этом поддержку налогоплательщиков, а также отвечая социальным потребностям общества.

Литература:

1. Черник, Д. Г. Налоговая политика государства / Д. Г. Черник, Ю. Д. Шмелев, М. В. Типалина. — 3-е изд. — Москва: Юрайт, 2025. — 459 с.
2. Майбуrows Налоги и налогообложение / Майбуrows, А. И. — 7-е изд., — Москва: Юнити-Дана, 2007. — 504 с.
3. Цыгичко Нормализация налоговой нагрузки / Цыгичко, Н. А. — Москва: ИТРК, 2002. — 108 с.

Investments: does social responsibility really increase financial profitability?

Mikheeva Alyona Romanovna, student;

Gapizova Camila Akhatovna, student;

Komova Sofya Pavlovna, student;

Popova Anna Andreevna, student

Scientific advisor: Golubeva Tatyana Ilyinichna, candidate of philological sciences, associate professor

State University of Management (Moscow)

This article examines how ESG factors affect the financial efficiency of investments. The article analyzes scientific research studying the relationship between ESG indicators and financial results of companies. Methodological approaches are also evaluated and the factors that influence the results are highlighted.

Keywords: ESG investments, financial profitability, social responsibility, corporate sustainability, environmental management, social impact, corporate governance.

ESG-инвестиции: действительно ли социальная ответственность повышает финансовую доходность?

Михеева Алёна Романовна, студент;

Гапизова Камила Ахатовна, студент;

Комова Софья Павловна, студент;

Попова Анна Андреевна, студент

Научный руководитель: Голубева Татьяна Ильинична, кандидат филологических наук, доцент

Государственный университет управления (г. Москва)

В этой статье рассматривается, как факторы ESG влияют на финансовую эффективность инвестиций. Анализируются научные исследования, изучающие связь между ESG-показателями и финансовыми итогами компаний. Также оцениваются методологические подходы и выделяются факторы, которые оказывают влияние на результаты.

Ключевые слова: ESG-инвестиции, финансовая доходность, социальная ответственность, корпоративная устойчивость, экологическое управление, социальное воздействие, корпоративное управление.

In recent years, ESG investing (Environmental, Social and Management Factors) has become popular among investors worldwide. This method includes the analysis of environmental, social and managerial aspects in making investment decisions, rather than relying solely on traditional financial parameters. The increased interest in ESG investments is due to the fact that companies that are able to effectively manage risks and opportunities in the field of ESG often show more sustainable and long-term financial results. Nevertheless, the question of whether social responsibility and concern for the environment really contribute to improving financial profitability remains the subject of active discussion and research.

The idea of ESG investing is based on the fact that companies with sound environmental and social risk management, as well as high corporate governance standards, have a better chance of success in the long term [1]. This is due to several key aspects:

- companies dealing with environmental issues and social responsibility are less likely to face environmental disasters, lawsuits, regulatory fines and reputational losses [2].

- Environmentally responsible companies often show better results due to lower resource costs and reduced waste [3].

- companies with a good reputation in the field of social responsibility are able to attract and retain more qualified and motivated staff [4].

- companies that take care of the needs of customers, suppliers and local communities create stronger and more trusting relationships, which contributes to their sustainability and development [5].

- ESG indicators are increasingly being paid attention to when choosing investment sites, which gives companies with high results in this area easier access to financing and reduces the cost of raising capital [6].

Thus, ESG investing shows that taking into account non-financial factors can help improve financial performance by reducing risks, increasing efficiency and strengthening the reputation of firms.

Despite the extensive literature on the impact of ESG on companies' financial results, no consensus has been reached in this area [7]. There are conflicting data: some studies confirm a positive correlation between high ESG indicators and improved financial efficiency, citing the example of increased profitability and stock price [9]. Others, on the contrary, point to a potential decrease in profitability due to additional costs and limitations associated with ESG investing [8]. The third group of studies does not find a statistically significant relationship between ESG and financial performance, explaining this by the complexity and multifactorial impact of ESG [11].

Research results on the relationship between ESG estimates and the financial performance of companies can vary significantly depending on the methods used in the analyses. There are several key factors to consider when interpreting these results.

First, the choice of specific ESG indicators is important. Different rating agencies and indexes offer their own estimates of ESG factors, and the choice of a particular source can significantly affect the results of the study. This is because agencies use different methodologies and criteria to evaluate companies [9].

Secondly, it is necessary to pay attention to the choice of financial indicators. The financial performance of companies can be assessed based on criteria such as return on assets (ROA), return on equity (ROE), share price, and revenue growth. Different indicators can reflect different aspects of financial activity and, consequently, affect the results [13].

The third important aspect is data analysis methods. Depending on the statistical methods used, such as regression analysis or time series analysis, the conclusions may vary. Each method has its own assumptions and limitations, which also need to be considered.

The fourth factor is the consideration of control variables. Analyzing the relationship between ESG indicators and financial performance requires taking into account additional factors such as industry, company size, and the state of the economy. Ignoring these variables can lead to distortion of the research results.

Also, the issue of causality is also relevant. The correlation between ESG indicators and financial results does not always indicate a causal relationship. Companies with high financial efficiency may have more resources to invest in ESG, or other factors, such as the quality of management, may simultaneously affect both groups of indicators [2].

Thus, when analyzing research in the field of ESG investing, it is important to take into account methodological aspects and critically perceive the results obtained.

Despite the inconsistency of the data, the analysis allows us to identify a number of key factors that determine the relationship between ESG indicators and financial results of companies. These include industry specifics, geographical location, investment time horizon, and the quality of corporate governance. The influence of ESG factors on financial efficiency varies significantly depending on these parameters [4]. For example, companies operating in environmentally sensitive sectors such as oil and gas and mining can benefit more from environmentally responsible

management than businesses in less risky industries. Similarly, in countries with developed environmental legislation and a high level of social responsibility, companies with high ESG indicators can show better results [15]. In addition, short-term investments in ESG may temporarily reduce profitability due to additional costs, but in the long term they contribute to increased profitability by reducing risks, improving operational efficiency and improving reputation. Finally, the quality of management plays a crucial role: companies with effective management better integrate ESG factors into their activities, which has a positive effect on their financial performance.

ESG investing is showing steady growth and is attracting more and more attention from investors around the world. In the future, investments in companies with high ESG indicators are expected to increase, due to the growing awareness of the importance of these factors. At the same time, ESG standards and ratings will be improved, aimed at increasing their rigor and transparency, which will make it easier for investors to evaluate companies. The integration of ESG factors will become an integral part of investment strategies, and will not be limited to the creation of specialized funds [5]. New financial instruments will appear, such as green and social bonds, as well as sustainable loans that stimulate the financing of projects focused on solving environmental and social problems.

The issue of the impact of social responsibility on financial profitability remains controversial. Research analysis shows an ambiguous relationship between ESG indicators and financial results of companies. Some studies point to a positive correlation, others to a negative one, and still others do not reveal a significant relationship.

Despite this, ESG investing has the potential to increase financial returns in the long run. Companies that effectively manage environmental and social risks and adhere to high standards of corporate governance have a better chance of success [6].

When analyzing research in the field of ESG investment, it is important to take into account methodological features and critically evaluate the conclusions, taking into account industry specifics, regional differences, the investment horizon and the quality of management.

In conclusion, ESG investing is a promising area that will continue to develop and attract more and more supporters. Investors who take into account ESG factors can not only make a profit, but also contribute to solving global environmental and social problems.

References:

1. Attig, N., El Ghouli, S., Guedhami, O., & Suh, J. (2013). Corporate social responsibility and credit ratings. *Journal of Business Ethics*, 117(4), 679–694.
2. Barnett, M. L., & Salomon, R. M. (2012). Does it pay to be really good? Addressing the shape of the relationship between social and financial performance. *Strategic Management Journal*, 33(11), 1304–1320.
3. Chatterji, A. K., Durand, R., Levine, D. I., & Touboul, S. (2016). Do ratings of corporate social responsibility converge? Implications for stakeholders. *Strategic Management Journal*, 37(12), 2457–2468.

4. Derwall, J., Koedijk, K., & ter Horst, J. (2011). A tale of values-driven and profit-seeking social investors. *Journal of Banking & Finance*, 35(8), 2137–2147.
5. Eccles, R. G., & Serafeim, G. (2013). The Performance Frontier: Linking Sustainability to Financial Performance. *Harvard Business Review*, 91(5), 50–60.
6. Edmans, A. (2011). Does the stock market fully value intangibles? Employee satisfaction and equity prices. *Journal of Financial Economics*, 101(3), 621–640.
7. Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
8. Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210–233.
9. Griffin, J. J., & Mahon, J. F. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty-five years of incomparable research. *Business & Society*, 36(1), 5–31.
10. McKinsey & Company. (2019). Five ways that ESG creates value.
11. Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403–441.
12. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
13. Renneboog, L., ter Horst, J., & Zhang, C. (2008). Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior. *Journal of Banking & Finance*, 32(9), 1723–1742.
14. Revelli, C., & Viviani, J. L. (2015). Financial performance of socially responsible investing (SRI): What have we learned? A meta-analysis. *Business Ethics: A European Review*, 24(2), 158–185.
15. Weber, O. (2017). *Sustainability and corporate social responsibility: Integrating sustainability into business*. Springer.

Проблемы банковского кредитования предприятий реального сектора экономики в России

Орзахунова Амаль, студент магистратуры

Научный руководитель: Амосова Наталия Анатольевна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В статье авторами были исследованы проблемы банковского кредитования предприятий реального сектора экономики в России на современном этапе, а также разработаны предложения по совершенствованию развития данного вида кредитования.

Ключевые слова: кредитование, реальный сектор экономики.

Кредит является неотъемлемым фактором развития рыночной экономики. Выступая в качестве источника финансирования для бизнеса, кредит поддерживает кругооборот основных и оборотных фондов предприятий, обеспечивает возможность реализации инвестиционных проектов и расширения производства, что способствует увеличению темпов экономического роста. Кроме того, в условиях нестабильной экономической ситуации и глобальных вызовов, таких как санкции и изменения в мировой конъюнктуре, роль банковского кредитования становится особо значимой.

Изучение и анализ текущего состояния кредитования предприятий реального сектора экономики позволит выявить существующие на современном этапе проблемы в этой сфере. Это, в свою очередь, поможет предпринять наиболее эффективные меры, направленные на решение выявленных проблем и совершенствование процесса кредитования бизнеса.

Наиболее значимой на текущий момент проблемой являются высокие процентные ставки на рынке (рис. 1), так

как они затрудняют доступ предприятий к кредитам, увеличивают долговую нагрузку и тормозят экономический рост. Высокая стоимость заимствований может вынудить компании перенаправить средства из производственной деятельности в погашение долгов и выплату процентов, что ограничит их способность расширять бизнес, развивать новые продукты и выходить на новые рынки. Высокие процентные ставки также могут привести к изменению структуры экономики, когда компании, ориентированные на краткосрочный спекулятивный капитал, получают больше преимуществ, чем те, которые создают устойчивое производство и рабочие места, что может усугубить социальные и экономические проблемы.

Другой значимой проблемой является неравенство между регионами России в доступе к кредитным ресурсам, что выражается в большом разбросе средних процентных ставок в разрезе федеральных округов, а также в разбросе объемов задолженностей и доли просроченной задолженности в разрезе регионов. Обратим внимание на рис. 2.

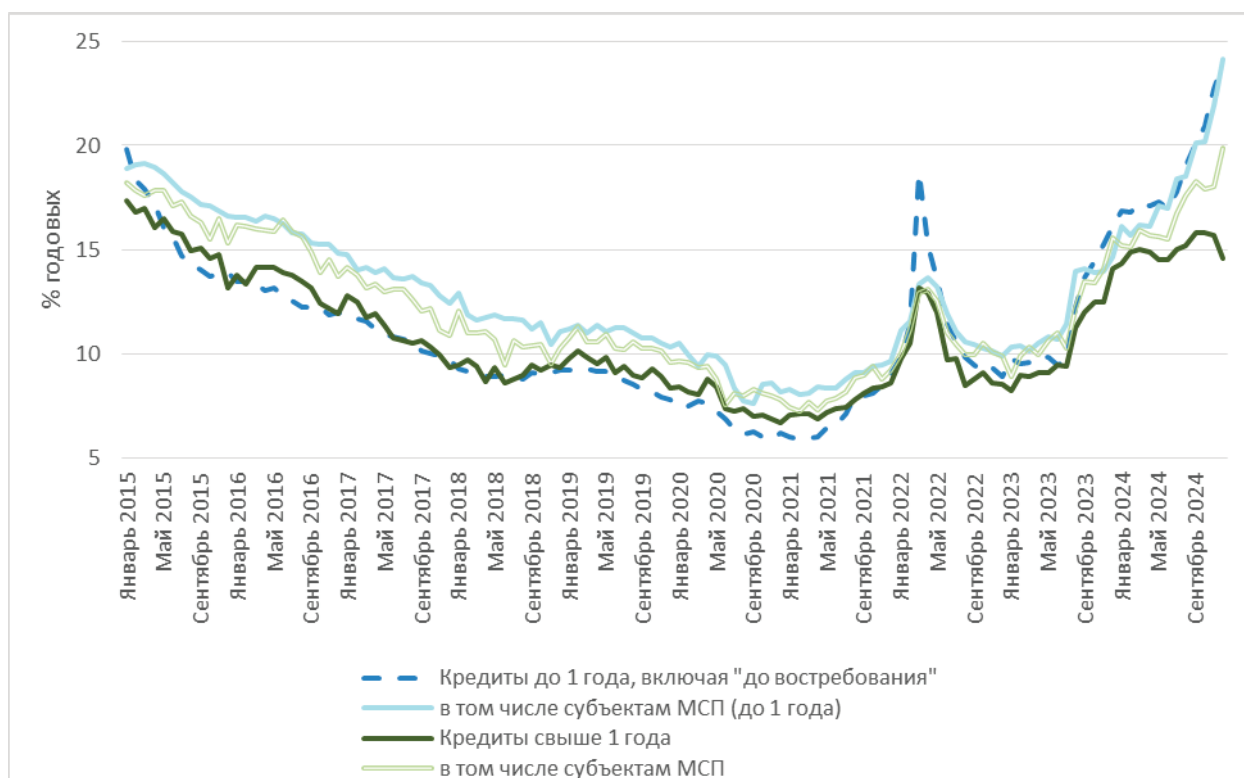


Рис. 1. Средневзвешенные процентные ставки кредитных организаций по кредитным операциям в рублях без учета ПАО Сбербанк (% годовых) за период 2015–2024 гг.

Источник: составлено автором на основе данных Банка России [2]

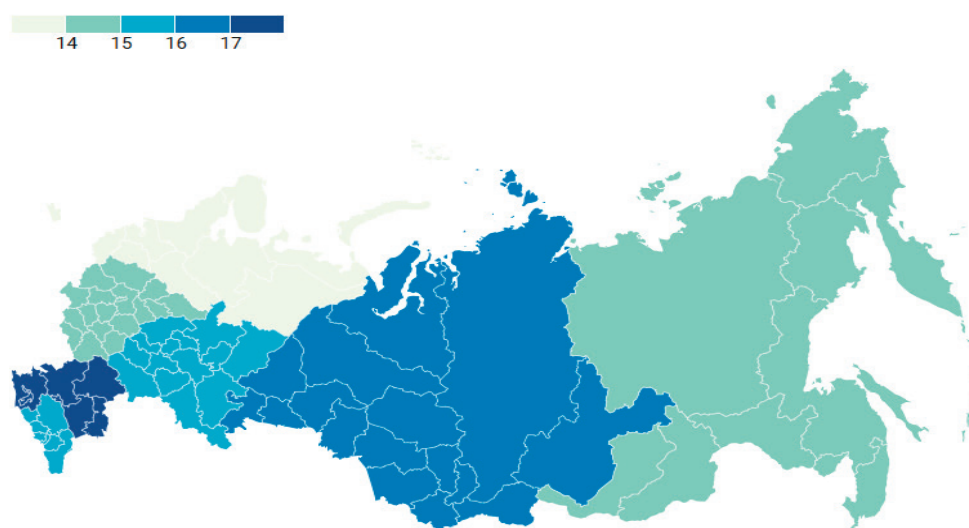


Рис. 2. Средневзвешенная процентная ставка по кредитам на срок свыше 1 года, выданным в 2024 году в разрезе федеральных округов (% годовых)

Источник: составлено автором на основе данных Банка России [2]

В 2024 году наиболее дешевые долгосрочные кредиты могли получить компании в Северо-Западном (13,3 %), Центральном (14,6 %) и Дальневосточном (14,8 %) федеральных округах.

СЗФО и ЦФО — округа с наибольшей экономической активностью ввиду нахождения в них крупных городов,

таких как Москва и Санкт-Петербург, в которых находятся головные офисы многих крупных компаний, являющихся надежными заемщиками и, как следствие, имеющих возможность получения кредитов под более низкий процент. Низкие ставки в ДФО связаны с мерами государственной поддержки регионов данного округа, среди которых

можно выделить налоговые льготы (например, ставка налога на прибыль 0 % в течение 5 лет с момента получения первой прибыли, пониженный тариф страховых взносов, пониженный коэффициент налога на добычу полезных ископаемых от 0 до 1 на 10 лет) и административные преференции (например, привлечение иностранной рабочей силы без учета квот, предоставление земельного участка, готовая инфраструктура) [3].

Наиболее дорогие кредиты выдавались в Южном (17,1 %), Уральском (16 %) и Сибирском (16 %) округах. При этом, регионы с наиболее высокими процентными ставками, как правило, остаются таковыми от года к году, а разброс в процентных ставках между регионами значительно усиливается.

Такие различия ведут к неравномерному потенциалу экономического роста в разных частях страны. Регионы с более низкими ставками получают больший приток инвестиций, и как следствие, возможность для более быстрого развития. Напротив, регионы с более высокими ставками сталкиваются с трудностями в привлечении капитала, что может замедлить их экономическое развитие и усугубить социальные и экономические проблемы.

Что касается объемов задолженностей юридических лиц и ИП в региональном разрезе (рис. 3), тут анализ показал, что наиболее за кредитованными регионами являются г. Москва (задолженность составила 31,4 трлн руб. на 1 января 2025 года), г. Санкт-Петербург (6,1 трлн руб.), Московская область (5,2 трлн руб.), Краснодарский край (2,9 трлн руб.), Свердловская область (2,1 трлн руб.) и Ленинградская область (2,1 трлн руб.) и Ямало-Ненецкий автономный округ (1,8 трлн руб.).

Наименее за кредитованными регионами — это Республика Ингушетия (5,8 млрд руб.), Республика Тыва (6,9 млрд

руб.) и Еврейская автономная область (9,3 млрд руб.). В разрезе округов наиболее за кредитованным является ЦФО (41 трлн руб.), наименее за кредитованным — СКФО (604 млрд руб.).

Также в разрезе регионов важно обратить внимание на долю просроченной задолженности (рис. 4).

Наибольшая доля просроченной задолженности принадлежит Ненецкому автономному округу (80 %), Республике Дагестан (44 %), Карачаево-Черкесской Республике (32 %), Кабардино-Балкарской Республике (29 %), Чеченской республике (17 %) и Астраханской области (13 %). Наибольшая платежная дисциплина присутствует в таких регионах как Мурманская область, Амурская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, Забайкальский край, Камчатский край, Магаданская область и Чукотский автономный округ (доля просроченной задолженности в них менее 0,5 %). Если смотреть на данные в разрезе округов в 2024 году самая высокая доля просроченной задолженности была в СКФО, самые низкие — в ДФО и УФО.

Такой высокий разброс между регионами как в части за кредитованности, так и в части доли просроченной задолженности является одной из проблем кредитования предприятий реального сектора экономики в Российской Федерации и указывает на значительное экономическое и финансовое неравенство между регионами. Регионы с высоким уровнем за кредитованности имеют возможность для более быстрого экономического развития в то время, как регионы с низкой за кредитованностью, как правило, имеют слабую финансовую инфраструктуру, ограниченный доступ к финансированию и меньше возможностей для экономической активности. Разница в доли просроченной задолженности указывает на раз-

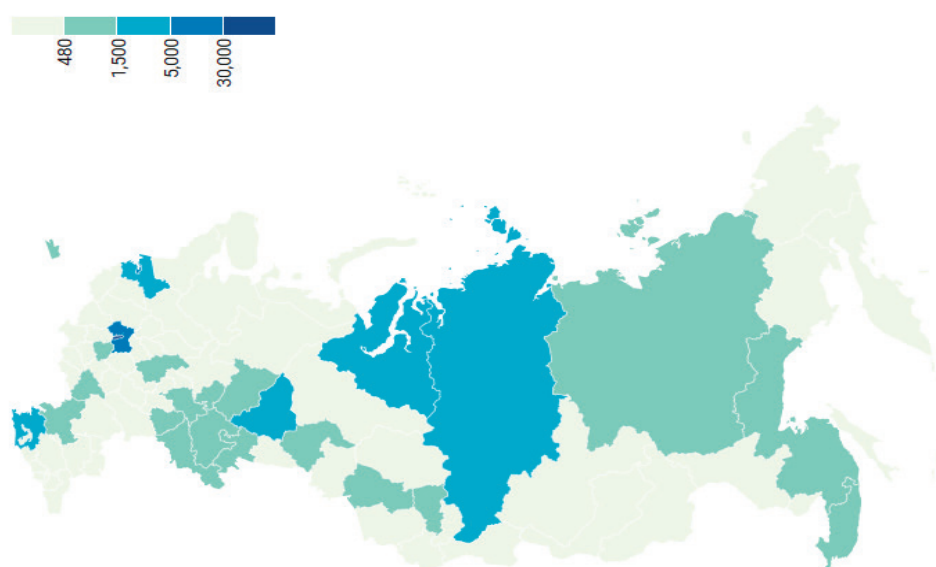


Рис. 3. Задолженность по кредитам, выданным юридическим лицам и ИП в разрезе регионов РФ на 01.01.2025 (млрд руб.)

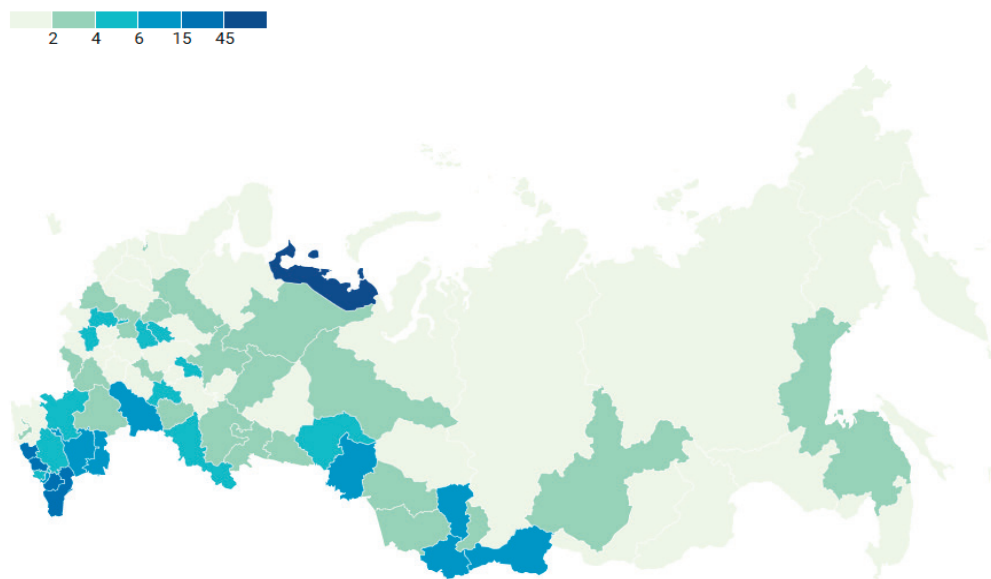


Рис. 4. Доля просроченной задолженности по кредитам, выданным юридическим лицам и ИП, в общем объеме задолженности в разрезе регионов РФ на 01.01.2025 (%)

Источник: составлено автором на основе данных Банка России [3]

личия в платежеспособности бизнеса в разных регионах и на экономические трудности в ряде регионов.

Далее будут предложены меры для решения выявленных проблем и минимизации негативного влияния на экономику существующих региональных диспропорций.

Во-первых, для снижения негативных эффектов от высоких процентных ставок на экономическое развитие, а также для сокращения отраслевых диспропорций необходимо предоставление льготных кредитов для инновационных и социальных проектов. Стоит отметить, что в РФ уже реализуется программа льготного кредитования для инновационных МСП. По данной программе малый и средний бизнес, выпускающий высокотехнологичную и инновационную продукцию, сможет получить кредиты на сумму до 500 млн. по ставке 3 %. Данные средства нужно будет направить на инвестиционные цели или на пополнение оборотных средств. В федеральном бюджете на субсидирование льготных кредитов предусмотрено около 4 млрд руб. на три года [1]. На наш взгляд, стоит расширять внедрение данной и подобных программ также в части мер поддержки, направленных на развитие научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Такие меры поддержки также позволят решить проблему различия в ставках по долгосрочным кредитам, выданным МСП и крупным компаниям.

Во-вторых, также для выравнивания ставок по кредитам, выданным компаниям разного размера необходимо повышение прозрачности кредитной политики банков. Необходимо законодательно установить нормы, согласно которым банки будут публиковать и регулярно обновлять информацию об используемых критериях оценки кредитоспособности и о механизме расчета ставок по кредитам.

Также стоит создать единый стандарт отчетности, который позволит всем банкам представлять свои условия и ставки в унифицированном формате, что не только упростит процесс сравнения предложений различных банков, но и повысит уверенность предприятий в том, что они получают объективную информацию. Такой подход позволит МСП лучше понимать, какие факторы влияют на их кредитоспособность, и как они могут улучшить свои позиции.

В-третьих, для снижения региональных диспропорций необходимо стимулировать кредитование бизнеса в тех регионах, которые недополучают кредитных ресурсов для развития. Здесь могут помочь программы, которые субсидируют процентные ставки по кредитам предприятиям, находящимся в менее развитых регионах. Также может помочь предоставление налоговых каникул и льгот для компаний, открывающих новые производственные мощности в проблемных регионах. Эффект от подобных мер уже прослеживается в ДФО, а на данный момент стоит расширить внедрение подобных программ на СКФО и СФО.

Таким образом, среди основных предложений по развитию банковского кредитования реального сектора экономики можно назвать выработку механизмов предоставления льготных кредитов для инновационных и социальных проектов, повышение прозрачности кредитной политики банков в части оценки кредитоспособности заемщиков, стимулирование кредитования бизнеса в тех регионах, которые недополучают кредитных ресурсов для развития, а также разработку банками кредитных продуктов, учитывающих особенности бизнеса в различных регионах.

Литература:

1. Льготные кредиты для инновационных МСП. — Текст: электронный // Объясняем.РФ: [сайт]. — URL: <https://xn--90aivcdt6dxbc.xn--p1ai/measures/finansy/lgotnye-kredity-dlya-innovatsionnykh-msp/> (дата обращения: 15.04.2025).
2. Процентные ставки по кредитам и депозитам и структура кредитов и депозитов по срочности. — Текст: электронный // Банк России: [сайт]. — URL: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/int_rat/ (дата обращения: 15.04.2025).
3. Поддержка бизнеса на Дальнем Востоке и в Арктике. Новые горизонты для развития бизнеса. — Текст: электронный // Klerk.ru: [сайт]. — URL: <https://www.klerk.ru/blogs/wisoft/621800/> (дата обращения: 15.04.2025).
4. Сведения о размещенных и привлеченных средствах. — Текст: электронный // Банк России: [сайт]. — URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/review/ (дата обращения: 15.04.2025).

Экономические санкции как инструмент международной торговой политики

Скрицкий Елисей Сергеевич, студент

Научный руководитель: Крылова Любовь Вячеславовна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В данной статье будут рассмотрены экономические санкции с точки зрения их влияния на международную торговую политику, а также их последствия для стран, вводящих эти санкции и для стран, на которых эти санкции были наложены. Также будет рассмотрено влияние санкций на глобальную экономику в целом, в условиях постоянно меняющейся геополитической обстановки и глобализации. В заключении будут представлены выводы о необходимости понимания положительных и отрицательных сторон введения санкций, а также важности понимания последствий для мировой экономики.

Ключевые слова: экономические санкции, торговая политика, международная политика, международные отношения, эффективность санкций, последствия санкций

Введение

Экономические санкции в современном мире стали одним из ключевых инструментов в арсенале международной торговой политики. Используемые государствами для достижения политических, экономических и социальных целей, они могут серьезно повлиять на экономику страны, ограничивая ее доступ к важнейшим ресурсам, товарам и финансовым рынкам. Санкции могут иметь различные формы, включая торговые ограничения, заморозку активов и другие экономические меры принуждения.

При этом применение экономических санкций вызывает множество споров и обсуждений. С одной стороны, они могут эффективно оказывать давление на страны, нарушающие международные нормы и соглашения, с другой — санкции могут нести негативные последствия для населения страны-цели, а также порождать ряд побочных эффектов в глобальной экономике.

Исследование экономических санкций как инструмента международной торговой политики является актуальным и многогранным вопросом, который требует большого внимания. Понимание механизмов действия санкций и их последствий может способствовать более эффективному формированию внешнеэкономической политики государств и различных международных организаций.

Обзор литературы. Некоторые специалисты уже рассматривали эту проблему в своих исследованиях. Так, например, Виноградова Е. В. выявила тенденцию развития санкций и их влияния на торговую политику других стран; Дмитриева Н. И. провела исследование санкций в историческом, правовом и экономическом аспектах; Жилина И. Ю. рассмотрела принципы и цели ведения санкций, а также влияние санкций на мировую торговлю; Смирнов Е. Н. рассмотрел проблемы эскалации санкций против конкретных государств и последствия этого для глобальной экономики.

Цель статьи — понять влияние экономических санкций на торговую политику стран, а также проанализировать их последствия для мировой торговой политики.

Основная часть

Экономические санкции — это экономические мероприятия запретительного характера (санкции), которые используются одним участником международной торговли (страной или группой стран) по отношению к другому участнику («объекту санкций») с целью принудить последнего к изменению политического курса. Эти санкции могут быть альтернативой началу военных действий, в ответ на нарушение международного права, агрессии по отношению к другим странам, поддержку терроризма или же нарушению прав человека. Мы рассмотрим

основные виды санкций и подробнее остановимся на экономических санкциях, также проанализируем их последствия для страны, которая вводит санкции и для страны, на которую эти санкции направлены. Также оценим их влияние на глобальную торговую политику

Для начала классифицируем виды санкций. Проиллюстрируем это на рисунке 1.

Чуть подробнее стоит рассмотреть экономические санкции, существует несколько их типов [5, с.7]

1. Торговые санкции — они включают в себя ограничения на импорт и экспорт различных товаров и услуг. Чаще всего они затрагивают конкретную категорию товаров или конкретный сектор экономики, например — аграрный

2. Финансовые санкции — чаще всего это запреты на операции с какими-либо банками, компаниями или даже с физическими лицами.

3. Целевые санкции — это санкции, направленные не на всю страну, а на определенных лиц или организации. Это сделано для того, чтобы минимизировать глобальные последствия для обычного населения, а сосредоточиться на тех, кто действительно ответственен за нежелательные действия.

Экономические санкции имеют весьма разнообразные функции в международной торговой политике, в том числе — влияние на мировую экономическую систему. Отчасти санкции могут быть эффективным инструментом для ухудшения положения страны на международной арене или наказания стран, нарушающих международные правила или угрожающих миру и стабильности. С другой стороны, применение санкций также чревато риском негативных последствий для экономики самой страны, наказываемой запретами, и для экономики страны, принявшей решение о наложении этих ограничений, причем оба варианта ухудшают международно-экономические отношения.

Чаще всего принятие санкций вызывает цепную реакцию, затрагивая двусторонние отношения между странами, влияя на экономику мирового сообщества в целом — это может привести к нарушениям поставок определенных товаров, повышению цен и сокращению объемов зарубежной торговли, поэтому для того, чтобы принять санкции, нужно хорошо проанализировать возможные потери и негативное влияние на торговую политику.

Однако экономические санкции могут служить мощным инструментом защиты прав человека, демократии и международного права, позволяя международному сообществу реагировать на глобальные вызовы безопасности, не используя военное давление. Санкции могут вынудить страны к переговорам и поиску мирного решения конфликтов, способствовать изменению внутренней и внешней политики.

Санкции, связанные с замораживанием активов, охватывают денежные средства государственных учреждений, компаний и физических лиц, находящиеся за рубежом, что влечет за собой существенные сложности для бизнеса, что, соответственно, ограничивает его финансовую устойчивость и возможности в осуществлении деятельности. Визовые и иммиграционные санкции направлены на ограничение передвижений высокопоставленных политиков, бизнесменов и других лиц, что снижает их шансы вести переговоры, покупать, торговать и совершать другие международные сделки.

Каждый вид санкций направлен на достижение своих целей, но их воздействие зависит от уровня интеграции страны в мировую экономику. Хорошо интегрированные государства, вынуждены ограничить себя даже в экспорте технологий или продовольствия. В то же время санкции могут спровоцировать массу негативных последствий, например контрабанды, серого импорта.

Экономические санкции предполагают, к примеру, частичные или полные запреты на экспорт или импорт кон-

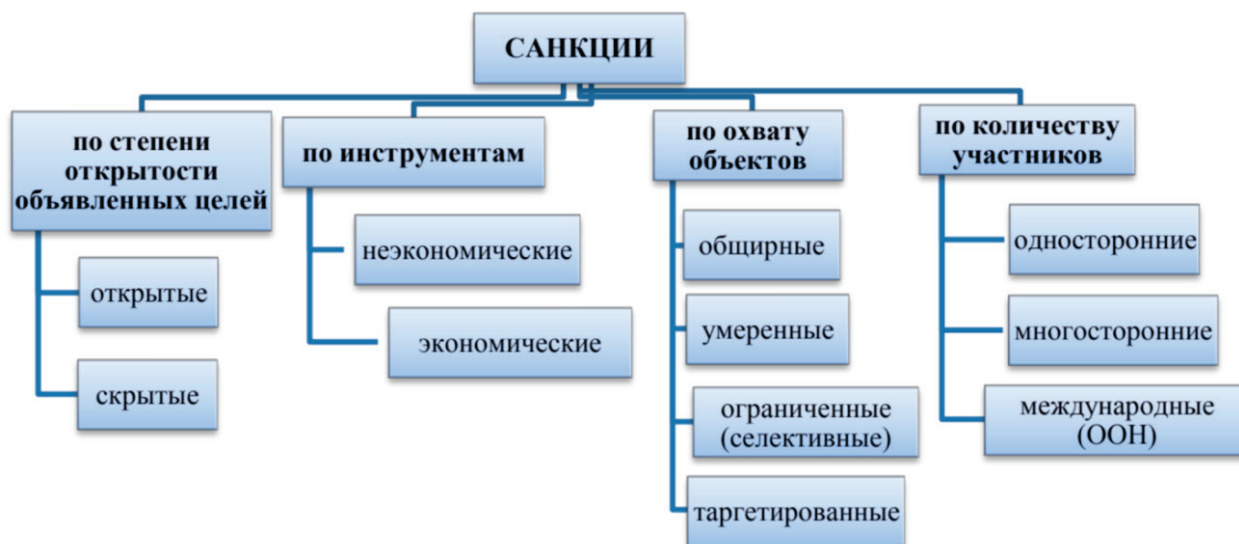


Рис. 1. Классификация видов санкций [2, с.6]

кретных товаров и услуг. Вполне может случиться так, что организации, важнейшие доходы которых приходят от экспортного бизнеса, останутся без них. Эта проблема имеет особое значение для стран, чья экономика по большей части обеспечивается заработком на экспорте природных ресурсов, как пример, газа и нефти. Также могут возникать проблемы и у стран, которые начнут применять санкции. А их фирмы, будут страдать от ограничений, которые ввела их же страна.

Экономические санкции — это мощный инструмент торговой политики, используемой международным обществом для достижения каких-то политических целей и защиты национальной безопасности. Но стоит отметить, что многие условия будут влиять на успех санкций, начиная от степени международной поддержки заканчивая подготовленностью экономики стран и благоразумностью введения этих санкций для международной торговой политики. При этом важно не просто учитывать краткосрочные результаты таких санкций, а даже рассчитывать и долгосрочные, как для самой страны, так и для международного сообщества в целом.

Заключение

Экономические санкции, наряду с другими инструментами международной торговой политики, вызывают много разнообразных и весьма противоречивых оценок мирового сообщества. В своем применении они могут оказывать действительно серьезное воздействие на экономику страны, на которую направлены эти санкции, тем самым вызывая множество последствий. С одной стороны, ограничения могут подрывать экономическую стабильность, искажать планы торговли, разрушать привычные цепочки поставок и заставлять власти и бизнес срочно пересма-

тривать свои стратегии торговли, но с другой стороны, эффективность экономических санкций — в плане достижения политических целей остается далеко не идеальным вариантом. Не всегда санкции положительно влияют на глобальную политику, что негативно отражается на всех странах участниках мировой торговой политики, это значит, что введение санкций требует полного анализа положительных и отрицательных последствий.

Важно подчеркнуть, что эффект от применения санкций значительно зависит от их масштабности и единства позиции международного сообщества. Чем шире круг стран, поддерживающих ограничительные меры, тем выше вероятность достижения поставленных целей. Однако, даже при широкой международной поддержке, санкции могут иметь и негативные последствия для мировой экономики, вызывая рост нестабильности и неопределенности.

Тем не менее, невозможно отрицать, что экономические санкции остаются важным инструментом в арсенале международного сообщества для реагирования на нарушения международного права и агрессивные действия. Они служат средством давления и попыткой добиться изменений без применения военной силы. В этом контексте, для повышения эффективности санкций, важно учитывать как их воздействие на экономику и население целевых стран, так и потенциальные последствия для глобальной экономической системы.

В итоге использование экономических санкций требует тщательного анализа и баланса интересов. Это потребует от мирового сообщества стремления к диалогу и сотрудничеству, чтобы обеспечить, что такие меры будут способствовать достижению мира и стабильности, а не усугублять существующие конфликты или создавать новые напряженности.

Литература:

1. Дмитриева Н. И. Экономические санкции как инструмент политического давления // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. № 52. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-sanktsii-kak-instrument-politicheskogo-davleniya> (дата обращения: 26.01.2025).
2. Жилина И. Ю. Экономические санкции и международная торговля // PCM. 2016. № 3 (92). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-sanktsii-i-mezhdunarodnaya-torgovlya> (дата обращения: 25.01.2025).
3. Маткина П. Е., Васильевский А. Б. Влияние экономических санкций на глобализацию и международную торговлю // Вестник науки. 2024. № 12 (81). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-ekonomicheskikh-sanktsiy-na-globalizatsiyu-i-mezhdunarodnuyu-torgovlyu> (дата обращения: 21.01.2025).
4. Петренко А. С., Лазаренко С. А. Влияние санкций на социально-экономическое развитие // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. № 2 (68). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sanktsiy-na-sotsialno-ekonomicheskoe-razvitie> (дата обращения: 24.01.2025).
5. Победин А. А., Федулов Д. В. Международные экономические санкции: структура и сценарии реализации // Вопросы управления. 2023. № 4 (83). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-ekonomicheskie-sanktsii-struktura-i-stsenarii-realizatsii> (дата обращения: 24.01.2025).
6. Смирнов Е. Н. Эскалация антироссийских санкций и ее последствия для глобальной экономики // Российский внешнеэкономический вестник. 2023. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eskalatsiya-antirossiyskikh-sanktsiy-i-ee-posledstviya-dlya-globalnoy-ekonomiki> (дата обращения: 26.01.2025).
7. Тарануха Ю. В. Природа и цели экономических санкций // Вестник ПГУ. Серия: Экономика. 2024. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/priroda-i-tseli-ekonomicheskikh-sanktsiy> (дата обращения: 21.01.2025).

Разработка метода выявления структурных изменений в рядах спроса на основе анализа динамики остатков

Степанищев Сергей Анатольевич, аспирант;

Турищев Денис Константинович, студент;

Петрич Анастасия Сергеевна, студент

Научный руководитель: Шубина Елена Александровна, доцент

Воронежский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

Исследование направлено на разработку метода выявления структурных изменений в потребительском спросе через анализ динамики остатков временных рядов. Основу метода составляет трехэтапный алгоритм, сочетающий полиномиальную аппроксимацию данных, статистический анализ остатков и адаптивную коррекцию прогнозов.

Результаты апробации методического подхода показали снижение ошибок прогнозирования, такие как MAPE, MSE, R^2 и других эконометрических метрик эффективности моделей прогнозирования. Метод имеет практическое значение для управления запасами, позволяя предприятиям оперативно адаптироваться к изменениям спроса. Его применение способствует снижению логистических издержек и повышению точности прогнозов в условиях нестабильности рынка.

Ключевые слова: структурные изменения, временные ряды, прогнозирование спроса, анализ остатков, управление запасами, статистические методы.

Актуальность решаемой проблемы заключается в том, что способность модели прогнозирования спроса своевременно адаптироваться к структурным изменениям в поведении потребителей является ключевым фактором для обеспечения точности прогнозов и эффективного управления запасами на предприятиях, что априори имеет значение для их повседневной деятельности.

В современном мире, где потребительские предпочтения и рыночные условия могут изменяться с высокой скоростью, компании сталкиваются с необходимостью не только поддерживать актуальность своих прогнозных моделей, но и предвидеть потенциальные изменения в спросе.

Изменения в поведении потребителей зависят от различных факторов, таких как экономические условия, культурные тренды, технологические новшества или даже глобальные события, такие как пандемии или политические кризисы. Поэтому компании должны использовать гибкие подходы и технологии, позволяющие им быстро реагировать на такие изменения.

Технологии машинного обучения и аналитика больших данных предоставляют ценную информацию о потребительских предпочтениях, что позволяет улучшать точность прогнозов. Кроме того, важно учитывать, что эффективное управление запасами и своевременная адаптация к изменениям помогут избежать как излишков, так и дефицита продуктов, что в свою очередь ведет к оптимизации затрат и улучшению обслуживания клиентов. В результате, компании, способные оперативно вносить изменения в свои модели прогнозирования спроса, смогут не только повысить свою конкурентоспособность, но и обеспечить более устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

Ключевым аспектом для бизнеса становится не только способность прогнозировать спрос, но и готовность к адаптации, постоянный анализ факторов, которые могут влиять на изменения в потребительском поведении,

а также использование современных технологий для поддержки этого процесса.

Научная новизна исследования заключается в новом подходе, основанном на выявлении структурных изменений в динамике потребительского спроса, через анализ изменения остатков в самом временном ряду. В отличие от традиционных методов, сосредоточенных преимущественно на выявлении точек разрыва временных рядов, разработанная методика предлагает комплексный анализ динамики остатков через их кумулятивные свойства. Подход сочетает преимущества статистического тестирования с возможностями адаптивного прогнозирования, что позволяет не только фиксировать структурные сдвиги, но и оперативно корректировать прогнозные модели.

Целью научно-исследовательской работы является разработка методического подхода выявления структурных изменений в рядах спроса, через анализ динамики остатков — для повышения способности модели прогнозирования спроса своевременно адаптироваться к изменениям потребительского поведения.

Для достижения поставленной цели выделим ряд задач необходимых к выполнению:

1. Исследовать теоретические основы структурных изменений в рядах спроса;
2. Разработать методический подход выявления структурных изменений в рядах спроса на основе анализа динамики остатков;
3. Провести эмпирическую апробацию, по средствам интегрирования разработанного метода в модель прогнозирования потребительского спроса.

Разработанный методический подход выявления структурных изменений в рядах спроса через анализ динамики остатков вносит вклад в развитие теоретических основ анализа потребительского поведения и прогнозирования спроса, расширяя существующие подходы к выявлению структурных сдвигов в динамике спроса. Практи-

ческая значимость заключается в том, что разработанный методический подход способствует повышению гибкости и точности прогнозов спроса.

В современных экономических исследованиях значительное внимание уделяется проблеме выявления структурных изменений в динамических рядах, что особенно актуально для анализа потребительского спроса. Работы О. Ю. Ватюковой и А. А. Скроботова формируют теоретическую основу для понимания природы структурных сдвигов, подчеркивая их связь с макроэкономическими трансформациями и технологическими изменениями [1, 2]. Аналитический доклад Ю. В. Симачева, Н. В. Акиндиновой и А. А. Яковлева с соавторами дополняет анализ эмпирическими данными [3, с. 16]. При этом Л. Н. Сафиуллин, А. И. Сахбиева и В. Р. Гайнутдинов акцентируют внимание на моделях основанные на работе с нелинейными рядами потребительского спроса, что требует разработки специальных методов для выявления структурных разрывов [4, с. 295].

Методологические аспекты исследования структурных изменений получают развитие в работе А. А. Скроботова, где предлагаются статистические подходы к тестированию структурных сдвигов, включая анализ единичных корней и регрессионных остатков. Предложенные методы могут быть адаптированы для анализа динамики спроса с учетом современных экономических реалий, описанных Н. П. Кононковой и Д. А. Михайленко в контексте экономики совместного потребления [5, с. 136].

По результатам первой главы был осуществлен системный анализ теоретических концепций структурных изменений с акцентом на их проявление в динамике потребительского спроса. Исследование выявило взаимосвязь между технологическими инновациями, трансформацией потребительских предпочтений и структурными сдвигами в экономике. Теоретическое исследование позволило сформулировать гипотезу о возможности повышения точности прогнозирования за счет комплексного анализа динамики остатков — стало основой для дальнейшей разработки нового метода.

В исследовании второй части представлен оригинальный методический подход, основанный на синтезе современных методов анализа временных рядов и машинного обучения. Научная новизна разработки заключается в создании трехэтапного алгоритма, включающего:

- 1) полиномиальную аппроксимацию исходных данных,
- 2) анализ динамики остатков с использованием модифицированного критерия кумулятивных сумм,
- 3) итеративную коррекцию прогнозной модели.

Эмпирическая верификация метода проводилась на уникальной выборке данных реальной торговой сети за двухлетний период с недельной гранулярностью. Полу-

ченные результаты подтвердили значительное улучшение качества прогнозирования: снижение MSE на 82,3 %, уменьшение MAPE с 14,58 % до 4,38 %, увеличение R^2 с 0,12 до 0,91. Особого внимания заслуживает разработанный механизм автоматической адаптации пороговых значений для идентификации структурных изменений, показавший высокую эффективность в условиях нестационарности данных.

По результату третьей главы проведена комплексная оценка практической применимости предложенного метода в эконометрических моделях. Сравнительный анализ с традиционными подходами выявил преимущества нового метода в части устойчивости к структурным изменениям и адаптивности к нестационарным условиям. Научная значимость результатов подтверждается:

- 1) разработкой формализованного критерия для идентификации структурных изменений,
- 2) созданием методики интеграции выявленных изменений в прогнозные модели,
- 3) доказательством эффективности подхода на реальных экономических данных.

Теоретическая значимость разработанного методического подхода заключается в существенном расширении методологического аппарата анализа структурных изменений в временных рядах потребительского спроса. Предложенный подход преодолевает ограничения классических методов за счет интеграции концепций нелинейной динамики и адаптивного прогнозирования. Разработанная теоретическая модель взаимодействия структурных сдвигов с динамикой остатков вносит вклад в развитие эконометрики, предлагая новый ракурс исследования устойчивости моделей прогнозирования. Особую ценность представляет формализация условий идентификации структурных изменений через анализ кумулятивных эффектов в остатках, что открывает новые направления для теоретических исследований в области эконометрического моделирования.

Практическая значимость разработанного методического подхода проявляется в его высокой эффективности для решения прикладных задач экономического прогнозирования в условиях нестабильности. Метод позволяет оперативно выявлять критические точки структурных изменений в розничных продажах, промышленном производстве и других экономических показателях, что существенно повышает качество управленческих решений. Реализация подхода в формате программного модуля обеспечивает его доступность для коммерческих предприятий и государственных организаций. Особую практическую ценность представляет возможность интеграции метода в существующие системы бизнес-аналитики без необходимости их кардинальной модернизации, что значительно снижает затраты на внедрение.

Литература:

1. Ватюкова, О. Ю. Взаимосвязь структурных сдвигов и развития экономической системы / О. Ю. Ватюкова // Фундаментальные исследования. — 2016. — № 9–3. — С. 555–559

2. Скроботов, А. А. Структурные сдвиги и тестирование на единичный корень / А. А. Скроботов // Прикладная эконометрика. — 2020. — № 2(58). — С. 96–141. — DOI 10.22394/1993–7601–2020–58–96–141.
3. Структурные изменения в Российской экономике и структурная политика: Аналитический доклад / Ю. Симачев, Н. Акиндинова, А. Яковлев [и др.]. — Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2018. — 252с.
4. Сафиуллин, Л. Н. Потребительский спрос в системе взаимодействия с микро- и макроуровнями экономики / Л. Н. Сафиуллин, А. И. Сахбиева, В. Р. Гайнутдинов // Russian Economic Bulletin. — 2023. — Т. 6, № 5. — С. 295–301.
5. Кононкова, Н. П. Экономика совместного потребления: основы рыночных отношений в новой экономической реальности / Н. П. Кононкова, Д. А. Михайленко // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. — 2022. — № 1. — С. 133–153.

Проблемы организации управленческого учета в научно-исследовательских организациях

Степанов Максим Андреевич, главный эксперт
АО «Росатом РДС» (г. Москва)

В статье автор исследует вопросы организации управленческого учета в научно-исследовательских организациях.

Ключевые слова: научно-исследовательские организации, управленческий учет, опытно-конструкторская деятельность, управленческие решения

Сегодня особую актуальность приобретает выработка теоретических положений и практических рекомендаций, направленных на совершенствование методики внутренней управленческой отчетности научных организаций. Следует отметить, что повышение эффективности управления научной организацией связано с принятием обоснованных экономических решений на базе достоверной информации, сформированной в рамках учетно-аналитического обеспечения управления, использованием регламентации процессов управленческого учета.

Дирекция научно-исследовательской организации (НИО) осуществляет комплексное отражение сведений о научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работах гражданского назначения, выполняемых НИО, а также данных о результатах этих работ в Единой государственной информационной системе учета научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ гражданского назначения (ЕГИСУ НИОКТ).

В соответствии с постановлением Правительства РФ от 12.04.2013 № 327, обязательной регистрации в ЕГИСУ НИОКТ подлежат сведения о НИОКР гражданского назначения, финансируемых за счет средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, работ, выполняемых в рамках государственных заданий на оказание государственных услуг (выполнение работ), соглашений о предоставлении субсидий (грантов в форме субсидий), контрактов (договоров) на выполнение работ, оказание услуг, включая государственные контракты, в отношении работ, финансовое обеспечение которых осуществляется фондами поддержки научной, научно-технической, ин-

новационной деятельности в рамках соглашений о предоставлении грантов физическим и (или) юридическим лицам на реализацию научных, научно-технических программ и проектов [1].

Внедрение и автоматизация управленческого учета в НИО и образовательных учреждениях сопряжены с рядом сложностей, варьирующихся от технической неподготовленности до недостаточной квалификации персонала.

Управленческий учет, как инструмент, применим как в государственных, так и в частных организациях. При этом, частные образовательные организации демонстрируют большую готовность к внедрению, что обусловлено более простой организационной структурой, облегчающей интеграцию системы учета. Управленческий учет способствует рационализации управления активами НИО и образовательных учреждений и повышает их адаптивность к изменениям рыночной конъюнктуры. Результаты управленческого учета являются ценным ресурсом при формулировании миссии НИО, разработке стратегического плана и анализе достигнутых результатов.

Цели управленческого учета определяются каждой НИО самостоятельно, что определяет круг задач, стоящих перед ним. К числу стандартных задач относятся:

— расчет себестоимости подготовки кадров с учетом квалификации, специальности и состава кафедр (для ВУЗов);

— расчет себестоимости работ, выполняемых НИО (проведение конференций, образовательных мероприятий, выдача грантов и т. п.);

- определение оптимальных цен на образовательные услуги;
- управление накладными расходами;
- оптимизация налоговых платежей;
- анализ эффективности программ, проектов и деятельности подразделений.

Следует учитывать, что НИО представляет собой сложную структурную единицу, включающую следующие основные объекты управленческого учета:

- все ресурсы, обеспечивающие функционирование НИО и деятельность сотрудников и преподавателей;
- потребители образовательных услуг: абитуриенты, студенты, выпускники;
- все организационные и управленческие процессы учреждения: научная, производственная, образовательная деятельность;
- результаты деятельности НИО.

Бюджет НИО позволяет осуществлять планирование инновационной деятельности на основе различных показателей. Иерархическая структура бюджета обеспечивает проведение анализа, сопоставление фактических показателей с плановыми, выявление отклонений и причин, обусловивших эти отклонения. Для устранения выявленных отклонений предусмотрены корректирующие действия, обеспечивающие внесение необходимых изменений в бюджет. Многоуровневое построение бюджета обеспечивает формирование динамических отчетов для внутренних пользователей.

С 1 января 2024 года нематериальные активы (НМА) стали значимым элементом учета для большинства компаний, тогда как в НИО они присутствовали и ранее. К ним относятся, в частности, неисключительные права и лицензии [3]. Следовательно, даже в случае отсутствия таких активов в учете организации до указанной даты, необходимо внести соответствующие положения в учетную политику. В первую очередь, следует определить способ перехода на новые стандарты. Согласно общему правилу, переход на новый стандарт по НМА осуществляется ретроспективно, как если бы новые правила применялись организацией всегда. Однако ФСБУ 14/2022 допускает применение упрощенного варианта, позволяющего не пересчитывать сравнительные показатели за периоды, предшествующие отчетному [4].

При использовании данного способа новые правила учета капитальных вложений применяются только к затратам, возникшим после 1 января 2024 года (п. 26 ФСБУ 26/2020). Корректировка остатков по счету 08 «Вложения во внеоборотные активы» на конец 2023 года не требуется. Перспективный переход на ФСБУ 26/2020, в отличие от ФСБУ 14/2022, доступен любой организации, независимо от права на упрощенный бухгалтерский учет. Кроме того, необходимо четко определить критерии отнесения объектов к НМА. Новые критерии могут затруднить классификацию отдельных объектов. В состав НМА входят неисключительные права (в том числе на пользование произведениями) и лицензии [5], при условии ответственности пяти признакам (п. 4, 6 ФСБУ 14/2022):

- отсутствие материальной формы;
- возможность использования в хозяйственной деятельности;
- срок использования более 12 месяцев;
- способность приносить экономическую выгоду в будущем;
- возможность отделения от других активов компании.

Для признания актива таковым организация должна контролировать получение выгоды от него. В случае с неисключительными правами контроль выгоды может быть ограничен, например, в отношении доступа к справочным системам или электронным изданиям. Аудиторы считают, что критерий контроля выгоды не выполняется, если компания получила доступ к системе или электронному изданию через интернет (решение СРО аудиторов ассоциации «Содружество» от 22.12.2023 № 657). Следовательно, расходы на подписку не следует учитывать как НМА. В отсутствие официальных разъяснений регулирующих органов по учету таких объектов рекомендуется руководствоваться разъяснениями аудиторов и закрепить правила учета спорных активов в учетной политике организации. Стоимость подписки следует отражать как аванс, выданный на счете 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» или 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», с последующим ежемесячным списанием на расходы, например, на счет 26 «Общехозяйственные расходы» или 44 «Расходы на продажу». При незначительности затрат, согласно учетной политике, допускается их немедленное списание на счета расходов. В-третьих, следует установить лимит стоимости НМА. Стандарт может не применяться к нематериальным активам, стоимость единицы которых ниже установленного лимита. Такие активы могут быть списаны в расходы и учтены за балансом. Ранее аналогичные правила применялись только к основным средствам.

Стандарт не устанавливает предельный размер лимита, оставляя его определение на усмотрение организации. Для упрощения работы бухгалтерии может быть установлен лимит, аналогичный применяемому в налоговом учете, а именно 100 тыс. руб. (п. 1 ст. 256 НК РФ). Однако фиксированный лимит в 100 тыс. руб. подходит не всем компаниям [2].

Таким образом, расходы на НИОКР, связанные с проведением исследований, Минфин предлагает признавать в бухгалтерском учете в момент их осуществления и не включать в стоимость внеоборотного актива. Для определения момента начала включения затрат в стоимость актива следует руководствоваться признаками, свидетельствующими о вероятности получения экономической выгоды от результатов работы. Затраты на НИОКР, не включенные в стоимость внеоборотного актива (затраты на исследования), учитываются в качестве расходов по обычным видам деятельности или прочих расходов в зависимости от их характера, условий осуществления и направлений деятельности организации.

Литература:

1. Дроздова, Е. А. Повышение результатов научной деятельности в образовательных и научных учреждениях / Е. А. Дроздова // Социально-политические науки. 2018.- № 5.- С. 294–296.
2. Ленкова М. И., Кузина А. Ф. Развитие управленческого учета и отчетности в отечественных организациях: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки; научный журнал — 2017(2). — С. 1 –6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-upravlencheskogo-ucheta-i-otchetnosti-v-otchestvennyh-organizatsiyah-problemy-i-perspektivy>
3. Расходы на НИОКР в бухучете с 2024 года учитываются по-новому/ Текст: электронный // <https://www.buhgalteria.ru/article/raskhody-na-niokr-v-bukhuchete-s-2024-goda-uchityvayutsya-po-novomu-?ysclid=luwjvwo9ok11370726>
4. Рекомендация Р-155/2023-КпР «Переход на ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы». — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: // http://bmcenter.ru/Files/RKpR_Perehod_na_FSBU-14.
5. Учетная политика: изменение и способы перехода / Н. А. Байкалова, М. А. Плещова // В сборнике: Приоритетные направления инновационной деятельности в промышленности. Сборник научных статей XI международной научной конференции. — Казань, 2021. — С. 137–138.

Цифровизация процессов управления качеством на предприятии

Сурженко Маргарита Ивановна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Введение

Современные условия функционирования промышленных предприятий характеризуются возрастающей конкуренцией, усложнением производственных процессов и необходимостью постоянного повышения требований к качеству продукции. В этих условиях система управления качеством (СУК) становится не только инструментом обеспечения стабильности продукции, но и фактором повышения эффективности бизнеса в целом. Одним из ключевых направлений совершенствования СУК является её цифровизация [4].

Цифровизация управления качеством предполагает использование информационных технологий для автоматизации процессов планирования, контроля и анализа качества продукции. Это позволяет ускорить обработку данных, повысить точность и прозрачность операций, а также снизить влияние человеческого фактора [1].

Программные решения как инструмент цифровизации

Цифровые платформы и специализированные программные продукты, ориентированные на поддержку управления качеством, позволяют реализовывать единое информационное пространство, автоматизировать документооборот, вести контроль отклонений, формировать отчетность и осуществлять аналитику в режиме реального времени [3]. Такие инструменты становятся неотъ-

емлемой частью интегрированных систем управления предприятием.

В качестве примера можно рассмотреть программные решения, применяемые на предприятиях машиностроительной и приборостроительной отрасли, направленные на поддержку контроля качества, управление несоответствующей продукцией, ведение маршрутных карт, формирование отчетов по качеству и взаимодействие между собой разных подразделений. Автоматизация этих процессов обеспечивает системность подхода к качеству, снижает трудоёмкость рутинных операций и повышает оперативность принятия решений.

Цифровые решения в управлении качеством

Одним из таких решений является система **Гольфстрим QMS**, разработанная компанией АСКОН [2]. Программа предназначена для автоматизации процессов управления качеством на производстве и построена по принципу модульности, что позволяет адаптировать её под конкретные нужды предприятия.

Основные функции системы включают:

- регистрацию и учёт несоответствий продукции;
- проведение анализа причин отклонений с использованием типовых методик (5Р, диаграмма Исикавы и др.);
- планирование и контроль выполнения корректирующих и предупреждающих действий;
- ведение документации по качеству в электронном виде;

— формирование аналитических отчётов и показателей результативности СУК;

— интеграцию с системами ERP (Enterprise Resource Planning — планирование ресурсов предприятия) и MES (Manufacturing Execution System — система диспетчеризации производства) для обеспечения сквозной прослеживаемости.

Преимущества внедрения Гольфстрим QMS заключаются в следующем:

- повышение прозрачности процессов контроля качества;
- сокращение времени реагирования на инциденты;
- снижение операционных затрат за счёт автоматизации документооборота;
- упрощение подготовки к внутренним и внешним аудитам;
- повышение исполнительской дисциплины за счёт встроенного контроля сроков и статусов задач.

Программа функционирует на принципах управления инцидентами: на этапе выявления несоответствия создаётся электронная карточка события, в которую автоматически подгружаются все связанные документы, характеристики продукции, данные о производственном участке и ответственных исполнителях. Система позволяет организовать маршруты обработки инцидента, включая классификацию несоответствий, анализ причин, согласование корректирующих и предупреждающих действий.

Интеграция с другими корпоративными информационными системами обеспечивает сквозную прослеживаемость — от закупки компонентов до отгрузки готовой продукции. Все действия фиксируются, формируются отчёты и аналитика, доступные в режиме реального времени. Это способствует повышению эффективности СУК.

Таким образом, использование современных цифровых инструментов в управлении качеством позволяет трансформировать традиционный контроль в динамичную, адаптивную систему, способную оперативно реагировать на изменения и поддерживать стабильность производственного процесса.

Литература:

1. Баранов В. А., Дмитриев С. В. Информационные технологии в управлении качеством продукции. — М.: Машиностроение, 2020.
2. АСКОН: официальные материалы и документация. — www.ascon.ru
3. Методические рекомендации по внедрению QMS-систем на базе отечественного ПО. — Минпромторг России, 2023.
4. Рыжов В. Н., Орлова Е. А. Современные подходы к цифровизации управления качеством на предприятиях. // Экономика и управление. — 2022. — № 6.

Этапы внедрения цифровой системы управления качеством

Успешное внедрение цифровой системы управления качеством требует комплексного подхода, включающего несколько этапов:

1. Оценка производственных процессов, выявление проблемных зон, определение целей цифровизации.
2. Выбор программного обеспечения, соответствующего специфике предприятия, масштабам производства и требованиям к функциональности.
3. Планирование интеграции новой системы с действующими ИТ-решениями.
4. Обучение персонала.
5. Пилотное внедрение системы на ограниченном участке или производственной линии с целью выявления недочётов и их оперативного устранения.
6. Расширение зоны действия системы на все релевантные участки, корректировка на основе обратной связи и результатов пилотного этапа.
7. Оценка эффективности.

Поэтапный подход позволяет снизить риски внедрения, обеспечить устойчивость процессов и полностью использовать потенциал цифровизации.

Заключение

Цифровизация управления качеством — важный шаг в повышении эффективности и устойчивости промышленных предприятий. Использование специализированных программных решений позволяет автоматизировать процессы контроля, повысить оперативность и обеспечить прозрачность данных.

На примере системы Гольфстрим QMS показано, как цифровые инструменты трансформируют подход к управлению качеством, интегрируются с другими ИТ-системами и поддерживают принятие решений на основе актуальной информации.

Таким образом, цифровая трансформация СУК является неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности предприятия.

Оценка потенциала развития системы менеджмента качества методом SWOT-анализа

Сурженко Маргарита Ивановна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

Введение

Управление качеством является ключевым элементом эффективного функционирования научно-производственных предприятий. Таким организациям, работающим в различных сферах промышленности и научных исследований, необходимо обеспечить не только прослеживаемость и воспроизводимость измерений, но и общее доверие к сертификации, испытаниям в сфере контролю качества. В то же время внутренняя деятельность таких предприятий нередко сопровождается низкой оперативностью и недостаточной гибкостью, что обусловлено устаревшими подходами к организации процессов, фрагментарной цифровизацией и ограниченными возможностями действующей системы менеджмента качества (СМК) [1].

Современные требования к скорости выполнения задач, прозрачности процедур и соответствию международным стандартам ставят перед предприятиями задачу пересмотра существующих механизмов управления качеством. Для разработки эффективных путей развития необходимо провести всестороннюю оценку текущего состояния СМК, выявить её сильные и слабые стороны, а также внешние факторы, оказывающие влияние на эффективность и устойчивость функционирования.

Целью настоящей работы является оценка потенциала развития системы управления качеством на предприятии с применением метода SWOT-анализа, для этого решить следующие задачи: анализ внутренних характеристик системы управления качеством, определение факторов внешней среды, создающих риски или открывающих возможности, а также формирование рекомендаций по направлению её совершенствования.

Общая характеристика предприятия и системы управления качеством

Предприятие, для которого мы проводим анализ системы управления качеством, выполняет следующие виды работ: проведение поверки и калибровки средств измерений, участие в разработке нормативных документов, проведение качественных испытаний и др.

Для выявления ключевых факторов, влияющих на текущее состояние и перспективы развития управления качеством на данном предприятии, применён метод SWOT-анализа [2].

SWOT-анализ системы управления качеством

Таблица 1. SWOT-анализ системы управления качеством

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
Государственный статус и признание в международном профессиональном сообществе	Недостаточная численность персонала и дефицит квалифицированных кадров
Внедрены международные стандарты (ISO 9001, ISO/IEC 17025)	Ограниченная цифровизация процессов
Высокая квалификация специалистов	Слабое развитие маркетинговой стратегии
Широкий спектр предоставляемых услуг	Зависимость от устаревшей инфраструктуры
Отлаженные процессы выполнения работ	Сложности адаптации процессов к нестандартным задачам
Низкий риск возникновения ошибок в ходе работ благодаря многоступенчатому контролю	Длительные сроки выполнения работ
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
Внедрение современных цифровых платформ (электронный документооборот, ERP и др.)	Снижение доли рынка на фоне появления более гибких конкурентов
Повышение потребности в метрологических услугах в связи с глобальной технической модернизацией промышленности	Отток высококвалифицированных специалистов
Участие в национальных и отраслевых программах развития	Ужесточение международных санкционных ограничений
Расширение спектра услуг и выход на другие рынки	Повышение требований к процедурам подтверждения компетентности
Усиление роли метрологии в обеспечении технологического суверенитета РФ	Снижение государственного финансирования

Рекомендации по совершенствованию системы управления качеством

В результате проведённого анализа были выделены ключевые внутренние и внешние факторы, влияющие на функционирование системы управления качеством на предприятии. Установлено, что при наличии существенных сильных сторон, эффективность управления качеством ограничивается рядом других факторов, которые можно назвать слабой стороной предприятия. Дополнительные риски формируются под воздействием внешней среды — прежде всего, в условиях усиления санкционного давления, роста конкуренции и усложнения требований к аккредитации и к выполнению предоставляемых услуг.

С учётом выявленных аспектов и существующего потенциала, в настоящем разделе представлены приоритетные направления развития управления качеством на предприятии:

1. Цифровизация управления качеством

- Внедрение электронного документооборота с маршрутизацией согласований;
- Использование цифровых платформ для регистрации и анализа несоответствий;
- Разработка интерактивной базы внутренних документов и процедур;
- Постепенный переход на электронное управление записями и аудиторскими проверками.

2. Развитие кадрового потенциала

- Создание программ внутреннего обучения по вопросам управления качеством и стандартов ISO;
- Введение системы наставничества для молодых специалистов;
- Проведение регулярной оценки квалификации персонала с последующим обучением;
- Привлечение выпускников профильных вузов через стажировки и научные конкурсы.

3. Повышение рыночной активности

- Разработка маркетинговой стратегии продвижения услуг предприятия;
- Расширение каналов коммуникации с потребителями (веб-платформа, информационные бюллетени);
- Формирование сервисного подхода в взаимодействии с заказчиками;
- Анализ спроса и адаптация спектра услуг под потребности целевых отраслей.

4. Повышение эффективности взаимодействия с государственными и отраслевыми структурами

- Повышение прозрачности и предсказуемости процедур внутри предприятия для работы по контрактам с госзаказчиками;
- Формирование единых стандартов качества при выполнении проектных работ по линии целевого финансирования;
- Выстраивание обратной связи с кураторами программ и министерствами для лучшего учета специфики научно-метрологической деятельности;
- Развитие проектной культуры управления: фиксация целей, сроков, показателей эффективности по направлениям, поддерживаемым извне.

Заключение

Проведённый анализ показал, что система управления качеством на научно-производственном предприятии обладает высоким внутренним потенциалом, основанным на профессиональной экспертизе, устойчивой организационной структуре и применении международных стандартов. Вместе с тем были выявлены факторы, ограничивающие эффективность функционирования системы, в том числе недостаточный уровень цифровизации, кадровые ограничения и низкая адаптивность к изменениям внешней среды.

Метод SWOT-анализа продемонстрировал свою применимость для оценки состояния управления качеством в научно-производственных организациях. Он позволил выявить не только внутренние особенности системы, но и те внешние условия, которые необходимо учитывать при выборе стратегических решений.

На основе результатов анализа сформулированы рекомендации, направленные на развитие цифровой инфраструктуры, укрепление кадрового потенциала, повышение рыночной активности и оптимизацию взаимодействия с государственными и отраслевыми структурами. Реализация этих направлений позволит предприятию повысить устойчивость и адаптивность своей системы управления качеством в условиях изменяющихся требований и ограничений.

Таким образом, поставленная цель исследования достигнута, а полученные результаты могут быть использованы в практической деятельности предприятия для повышения эффективности управления качеством и развития организации.

Литература:

1. ГОСТ Р ИСО 9001–2015. Системы менеджмента качества. Требования. — Введ. 2015–09–01. — М.: Стандартинформ, 2015. — 33 с.
2. Глезин Д. Д., Косолапов В. И. Применение SWOT- и GAP-анализа при исследовании системы менеджмента качества организации // Научный аспект. 2024. № 5.

Совершенствование бизнес-процессов в IT-компаниях посредством финансового моделирования

Ульянов Никита Борисович, студент

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград)

Научный руководитель: Соловей Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент

Калининградский государственный технический университет

В статье рассматривается процесс оптимизации бизнес-процессов IT-компаний через переход от агентской финансовой модели к маркетплейс-схеме с использованием полной интеграции (на примере Т-Банка). Проведен анализ ограничений традиционной схемы, предложена новая финансовая модель, которая увеличивает долю выручки от IT-услуг, снижает операционные издержки и соответствует требованиям аккредитации IT-компаний. Описаны технические шаги реализации, включая настройку взаимодействия с банком, и представлена концепция монетизации решения как универсальной услуги для любых организаций.

Современные IT-компании сталкиваются с необходимостью адаптации бизнес-процессов к изменяющимся рыночным условиям и законодательным требованиям. Оптимизация финансовых моделей позволяет повысить рентабельность и получить доступ к государственным льготам, таким как аккредитация IT-организаций. В статье рассматривается переход от агентской схемы к маркетплейс-модели (например, с использованием сервиса «Маркетплейс» Т-Банка). Маркетплейс-модель — это универсальный метод совершенствования бизнес-процессов, применимый к любой компании, работающей с платежами между контрагентами. Целью статьи является разработка и обоснование универсальной модели перехода от агентской финансовой схемы к маркетплейс-схеме на базе интеграции с банком для оптимизации бизнес-процессов IT-компаний, повышения их рентабельности и соответствия требованиям аккредитации.

Предложенная модель может быть полезна российским организациям из различных отраслей, где требуется управление финансовыми потоками между сторонами сделки. Примеры использования модели российскими компаниями представлены ниже [1]:

— FL.ru. Род деятельности: платформа для фрилансеров, связывающая заказчиков (бизнесы) и исполнителей (дизайнеров, программистов, копирайтеров). Потребность: снижение комиссий за переводы и увеличение доли IT-выручки для соответствия требованиям аккредитации;

— Rentmania. Род деятельности: сервис аренды оборудования, техники и товаров повседневного спроса от владельцев к арендаторам. Потребность: упрощение расчетов между сторонами и сокращение операционных издержек при обработке транзакций;

— Livemaster (Ярмарка Мастеров). Род деятельности: маркетплейс для продажи handmade-изделий, соединяющий мастеров и покупателей. Потребность: повышение прозрачности платежей и снижение затрат на банковские комиссии;

— Skillbox. Род деятельности: образовательная платформа, предоставляющая онлайн-курсы с участием пре-

подавателей и студентов. Потребность: автоматизация выплат преподавателям и получение статуса аккредитованной IT-компании для налоговых льгот.

Эти примеры показывают, что услуга применима к российским компаниям, выступающим посредниками в финансовых операциях. Однако для оценки необходимости перехода на новую модель важно сначала рассмотреть ограничения традиционной агентской схемы, с которыми сталкиваются такие организации.

Традиционная агентская схема предполагает, что компания собирает платежи от одних участников бизнес-процесса на свои счета, а затем перечисляет их другим участникам. Однако такая модель имеет следующие ограничения:

— низкая доля выручки: доходы от IT-услуг составляют около 20 %, что ниже порога в 30 %, необходимого для аккредитации IT-компаний в России;

— высокие издержки: до 15 % выручки теряется на банковских комиссиях и операционных расходах;

— ограниченная гибкость: посредническая роль компании усложняет масштабирование и увеличивает финансовые риски.

Экономический анализ показывает, что агентская схема ограничивает развитие бизнеса и препятствует использованию льгот, таких как снижение налогов и доступ к грантам. Например, такие компании, как FL.ru или Livemaster, работающие по агентской модели, несут значительные потери из-за банковских комиссий и сложностей с учетом большого числа мелких транзакций, что снижает их эффективность и конкурентоспособность.

Пример расчета для оборота 100 млн руб.: доход от IT-услуг — 20 млн руб. (20 %), издержки на комиссии — 15 млн руб. (15 %), чистая выручка — 5 млн руб. Это ограничивает развитие бизнеса и доступ к льготам, таким как аккредитация IT-компаний, требующая высокой доли IT-выручки [1].

Новая финансовая модель основана на маркетплейс-схеме, где платежи между контрагентами осуществляются напрямую, а компания взимает комиссию (15–20 %) за предоставление IT-услуг. Для реализации используется сервис Т-Банка «Маркетплейс», обеспечивающий полную

интеграцию и настройку платежных процессов. Преимущества модели:

- увеличение выручки: доля доходов от IT-услуг возрастает до 85 %, что соответствует требованиям аккредитации;
- снижение издержек: исключение компании из цепочки расчетов сокращает комиссионные потери;
- повышение прозрачности: прямые платежи упрощают финансовые операции и снижают риски.

Экономическая выгода подтверждается расчетами: при обороте 100 млн руб. и комиссии 15 % новая схема увеличивает чистую выручку от IT-услуг с 5 млн руб. (в агентской схеме с издержками 15 %) до 13 млн руб. (в маркетплейс-схеме с издержками 2 %), повышая рентабельность и открывая доступ к льготам. Эта модель применима к любой компании, оптимизирующей финансовые потоки между контрагентами.

Переход на маркетплейс-схему требует интеграции с банком, обеспечивающим обработку платежей и управление расчетами.

Основные этапы перехода следующие [2]:

1. анализ текущих процессов: изучение существующих бизнес-процессов и выявление рисков перехода;
2. разработка ТЗ: создание технического задания с архитектурой системы, включая API для платежей, возвратов и управления задолженностями;
3. интеграция с Т-Банком: настройка интерфейсов для прямых платежей между контрагентами через сервис «Маркетплейс». Это включает регистрацию «точек» (расчетных счетов участников), обработку авторизованных средств и моментальных возвратов в период холда (5 дней);
4. тестирование: проверка модели на выборке участников для оценки стабильности и удобства;
5. оценка эффективности: анализ ключевых метрик (доходность, скорость транзакций, удовлетворенность пользователей).

Интеграция с API банка позволяет автоматизировать платежные процессы, минимизировать риски и ускорить переход на новую модель. Подробное техническое задание включает настройку учета операций, управление задолженностями и фискализацию чеков через онлайн-кассу, что делает решение универсальным для любых компаний.

Предложенная модель может быть реализована как коммерческая услуга для компаний, стремящихся оптимизировать финансовые процессы. Ниже описан процесс оказания услуги, включая начальные шаги, этапы выполнения и ожидаемые результаты.

Процесс включает несколько этапов, каждый из которых сопровождается поддержкой и контролем со стороны исполнителя [3,4]:

1. анализ и проектирование. Детальный аудит финансовых потоков клиента с использованием предоставленных данных;
2. разработка технического задания (ТЗ) для интеграции с банком, включая настройку API для платежей, возвратов и учета операций;

3. согласование ТЗ с клиентом, определение ключевых участников процесса (например, «покупатели» и «поставщики»);

4. интеграция с банком. Это включает настройку расчетных счетов и передачу данных (ИНН, БИК, email и др.) через API;

5. настройка прямых платежей между контрагентами с удержанием комиссии за IT-услуги;

6. интеграция системы учета задолженностей и возвратов;

7. тестирование и отладка. Проведение пилотного запуска на ограниченной выборке участников клиента (например, 10 % от общего числа транзакций);

8. сбор обратной связи от пользователей системы и устранение выявленных ошибок;

9. проверка ключевых метрик: скорость транзакций, точность расчетов, уровень издержек;

10. полное внедрение. Перевод всех финансовых операций клиента на маркетплейс-схему;

11. настройка фискализации чеков через онлайн-кассу (например, CloudKassir) для соответствия налоговым требованиям [5];

12. обучение сотрудников клиента работе с новой системой через интерфейс личного кабинета;

13. сопровождение и оптимизация. Мониторинг работы системы в течение 1–3 месяцев после внедрения;

14. анализ эффективности. Сравнение фактических показателей с плановыми (рост выручки, снижение издержек);

15. предоставление рекомендаций по дальнейшему улучшению процессов (например, настройка дополнительных функций Т-Банка).

После завершения процесса клиент получает (также на примере Т-Банка):

1. экономическую выгоду;
2. снижение операционных издержек благодаря исключению посреднических комиссий;
3. техническое решение. Полностью интегрированная система на базе Т-Банк «Маркетплейс» с автоматизированным учетом платежей, возвратов и задолженностей;
4. личный кабинет для мониторинга операций, включая баланс «точек», комиссии и статусы транзакций;
5. прозрачность и масштабируемость. Упрощенная схема расчетов между контрагентами, снижающая финансовые риски;
6. возможность масштабирования на новые рынки или участников без увеличения издержек;
7. документацию и поддержку. Полный комплект технической документации для самостоятельного управления системой;
8. доступ к консультациям по оптимизации в течение оговоренного периода (например, 6 месяцев).

Переход на маркетплейс-модель позволяет клиенту не только оптимизировать текущие процессы, но и заложить основу для долгосрочного роста, делая бизнес более конкурентоспособным и устойчивым.

В статье приведен пример перехода на данную модель с использованием Т-Банка, который демонстрирует значительный потенциал для оптимизации бизнес-процессов

ИТ-компаний. Экономические преимущества включают рост выручки от ИТ-услуг, снижение издержек и соответствие требованиям аккредитации.

Литература:

1. Бизнес-модели маркетплейсов: как зарабатывать, ничего не продавая (почти). — Текст: электронный // Purrweb: [сайт]. — URL: <https://www.purrweb.com/ru/blog/biznes-modeli-marketplejsov/> (дата обращения: 10.04.2025).
2. Paywall. — Текст: электронный // Paywall: [сайт]. — URL: <https://paywall.ru/> (дата обращения: 10.04.2025).
3. Т-Банк Маркетплейс. — Текст: электронный // Т-Банк: [сайт]. — URL: <https://www.tbank.ru/business/seller/> (дата обращения: 10.04.2025).
4. Т-Банк Касса. — Текст: электронный // Т-Банк: [сайт]. — URL: <https://www.tbank.ru/kassa/dev/payments/> (дата обращения: 10.04.2025).
5. Агентский договор (схема). — Текст: электронный // Jump Finance: [сайт]. — URL: <https://jump.finance/articles/agentskiy-dogovor-skHEMA/> (дата обращения: 10.04.2025).

Оценка состояния национального рынка масличных культур

Черкас Федор Григорьевич, студент магистратуры

Научный руководитель: Лукьянова Наталья Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент
Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград)

В статье представлены результаты анализа состояния национального рынка масличных культур. Исследование включает в себя оценку объемов российского экспорта масличных культур и направлений экспорта масла из России. Особое внимание уделено изучению факторов, влияющих на устойчивость и развитие рынка в контексте внутренних и внешнеэкономических отношений.

Ключевые слова: масличные культуры, экспорт масла, сельскохозяйственная продукция, аграрный сектор, рынок масличных культур.

За 2024 год отечественное растениеводство по масличным культурам продемонстрировало впечатляющие показатели: сбор подсолнечника достиг 16,7 миллионов тонн, сои — 6,7 миллионов тонн, а рапса — 4,19 миллионов тонн, причем эти данные не учитывают новые регионы. Рентабельность масличных культур продолжает оставаться выше, чем у зерновых, вопреки текущей ситуации на мировом рынке, который оказывается под давлением из-за прогнозируемого рекордного урожая сои в Южной Америке. Ожидается, что это приведет к снижению цен на соевый шрот более существенно, по сравнению с маслами.

Не столь критично складывается ситуация на рынке масла: рост производства биодизеля из сои в США компенсирует избыток предложения и поддерживает цены. Кроме того устойчивый рост предложения соевого шрота на международном рынке негативно отражается на его цене. Несмотря на эти тенденции, цены на растительные масла постепенно растут, что позволит избежать существенного обвала в обозримой перспективе.

Экспортный потенциал подсолнечного масла по текущим оценкам указывает на то, что сбыт может достичь 4,8 миллионов тонн в текущем аграрном сезоне. Базовые условия и доступные сырьевые ресурсы теоретически

позволят увеличить объемы отгрузки до 5,3 миллионов тонн. В Центральном регионе наблюдается дефицит масло-семян, приводящий к увеличению цен, которые ныне превышают те, что сложились в Поволжье.

В контексте мировой торговли Россия занимает сильные позиции, уже не первый год находясь на втором месте по экспорту подсолнечного масла и борясь за лидерство с Украиной. Россия уверенно держит лидирующие позиции в мировом экспорте продукции из не-ГМО сои и рапса, что является значимым достижением страны (рис. 1). За последние два десятилетия наша страна вышла на второе место по торговле подсолнечным маслом, шротом и рапсовым маслом в мире. В рейтинге по производству соевого масла и рапсового шрота Россия находится на четвертом месте, а по соевому шроту — на девятом. Особое значение приобретает экспорт продукции, созданной из не-ГМО источников, где Россия занимает позицию мирового лидера — это уникальное конкурентное преимущество, которое необходимо активно использовать при позиционировании на международных рынках [2]. Вдобавок, позитивная динамика отправки продукции на внешние рынки усиливается благодаря укреплению и совершенствованию логистических процессов и направлений взаимодействия с импортерами, что важно для

эффективности и расширения международной торговли. Для дальнейшего усиления позиций и расширения экспортных операций необходимо сосредоточить усилия на

улучшении инфраструктуры, оптимизации цепочек поставок и укреплении производства семян, а также на производстве пестицидов.

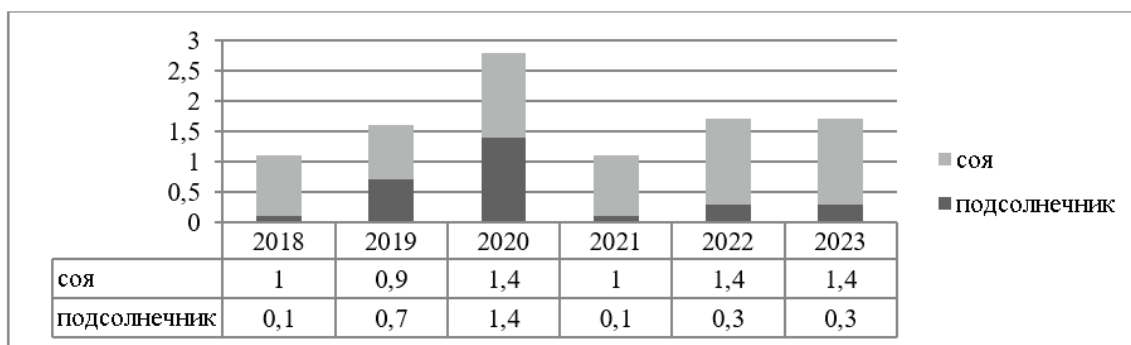


Рис. 1. Объем российского экспорта основных масличных культур, млн тонн [2]

В 2023 году экспортные поставки российской сои и подсолнечника, хоть и составляют меньшую часть общего объема аграрного экспорта, выросли на 1 %. Данный прирост обусловлен увеличением экспорта сои на 1 % или 0,02 млн тонн. В то же время, объем отгрузки подсолнечника остался на уровне предыдущего года — 0,03 млн тонн.

Ряд факторов ограничивает возможности России увеличить экспорт сельскохозяйственной продукции. К ним относятся новые экспортные пошлины на ряд нишевых культур, включая горох, чечевицу, нут и лен, а также соевое масло и другие товары. Масличные культуры сталкиваются с высокими пошлинами, до 20 % для сои с минимальным порогом в 100 долларов США за тонну и 50 % для подсолнечника. Дополнительное ограничение представляет собой запрет на экспорт рапса до 31 августа 2024 года, за исключением через пограничный переход «Забайкальск».

Сдерживание роста экспорта усугубляется ценовой политикой в странах-импортерах, проблемами с пропускной способностью железнодорожной сети России, особенно на подступах к ключевым портам, а также ограниченными возможностями по перевалке грузов в российских портах.

В 2023 году рынок масличных культур испытал снижение цен на сою и подсолнечник, сохраняя тенденцию второго года подряд после заметного увеличения цен в 2021 году.

Отметим, что падение цен на подсолнечник было усилено рядом дополнительных аспектов, например, снижением мировых цен на подсолнечное масло и ослабленным спросом со стороны импортеров, что повлекло за собой сокращение торговой активности на глобальном уровне.

Экспансия экспорта масложировой продукции из России сталкивается с препятствиями в виде налоговых барьеров. В частности, экспортные пошлины на соевое и рапсовое масло в настоящее время составляют 4,5 %, а подсолнечный шрот подлежит переменной пошлине, которая регулярно пересчитывается, достигая в феврале

значительных 4321 рубля за тонну. Данные меры становятся серьёзным барьером для выхода на внешние рынки, и в текущий момент отсутствуют эффективные механизмы для стимулирования экспорта. Попытки воспользоваться низкими пошлинами для ускорения отгрузок могут привести к их мгновенному повышению, что делает административные тарифы ключевым фактором, тормозящим развитие экспорта отечественной масложировой продукции.

Текущая позиция России на мировом рынке масложировой продукции является результатом усердной работы российских производителей, наращивающих объёмы производства и переработки масличных культур на протяжении многих лет. Это достижение укрепляется за счёт открытия новых маслопрессовых заводов, которые способствуют повышению конкуренции на внутреннем рынке за качественное сырьё [2].

В последнее время также наблюдается активное увеличение экспорта масел из России. Отчётливый индикатор этой тенденции является рост экспортных отгрузок: если в 2019 году за границу было отправлено менее 4,4 миллиона тонн масел, то по итогам прошедшего года экспорт достиг впечатляющей цифры в 6,5 миллиона тонн.

Ключевое преимущество отечественных экспортёров заключается в производстве высококачественной продукции из натурального, не содержащего ГМО-компоненты сырья. Это особенно важно для соевых бобов, поскольку во всем мире ГМО-соя доступна широко благодаря обширным поставкам из Южной Америки. В этом контексте российская не ГМО-соя выгодно выделяется, позволяя нашей стране предлагать уникальную продукцию на рынках Азии, Африки и Ближнего Востока.

Однако для укрепления экспортного потенциала необходимо активно работать над устранением логистических проблем, например, существенного дефицита цистерн для транспортировки пищевых продуктов. При этом даже на фоне того, что большинство отправок масел за границу

осуществляется посредством морских путей, железнодорожный транспорт испытывает возрастающую нагрузку. Так, в случае отправки продукции в порты или бутилированного масла в страны Центральной Азии, альтернативы железнодорожному транспорту практически не существует.

С учетом всего вышеизложенного, чрезвычайно важно стремиться к совершенствованию сервиса доставки жидких грузов. Подход к комбинированию возможностей железнодорожного и морского транспорта должен быть максимально оптимизирован для повышения эффективности экспортной деятельности.

Важным направлением для укрепления экспортного потенциала России в масложировом сегменте является расширение объемов производства масличных культур. Это создаст благоприятные условия для аграрного сектора, позволяя сельскохозяйственным производителям увеличить сбор маслосемян. В перспективе это приведет к значительному росту производства конечной продукции с добавленной стоимостью и расширению возможностей для продаж как внутри страны, так и на международных рынках. Развитие производственных мощностей и улучшение качества сырья напрямую отразятся на конкурентоспособности отечественной масложировой отрасли и её позициях за рубежом.

В таблице 1 представлены данные о количестве отгруженной (переданной) продукции собственного производ-

ства крупными, средними и малыми сельскохозяйственными организациями в Российской Федерации.

Эти данные демонстрируют рост отгрузки продукции масличных культур крупными, средними и малыми сельскохозяйственными организациями в январе 2024 года по сравнению с январем 2023 года.

Общий объем отгруженных семян и плодов масличных культур увеличился на 15,8 % (с 902,7 тыс. тонн до 1045,0 тыс. тонн). При этом, отгрузка семян подсолнечника показала более значительный рост — на 30,2 % (с 458,4 тыс. тонн до 596,6 тыс. тонн).

Это свидетельствует об увеличении объемов реализации продукции масличных культур, причем семена подсолнечника демонстрируют более динамичный рост, чем другие виды масличных культур. Возможные причины такого роста могут быть связаны с повышенным спросом на рынке, изменением ценовой конъюнктуры или увеличением объемов производства [1].

В таблице 2 рассмотрены направления экспорта масла из России, по статистике в портах, 2023–24, по состоянию на 20 февраля 2024 г.

За прошедший год Россия существенно увеличила объемы экспорта аграрной продукции в Индию, достигнув отметки в 1,3 миллиарда долларов, что на 40 % выше по сравнению с предыдущими периодами. Такие

Таблица 1. Отгружено (передано) продукции собственного производства крупными, средними и малыми сельскохозяйственными организациями в Российской Федерации, тыс. тонн [2]

Продукция	Отгружено (передано) продукции — всего		
	Январь 2023 года	Январь 2024 года	Январь 2024 года в % к январю 2023 года
Семена и плоды масличных культур — всего	902,7	1045,0	115,8
в том числе семена подсолнечника	458,4	596,6	130,2

Таблица 2. Направления экспорта масла из России, по статистике в портах, 2023–2024, по состоянию на 20 февраля 2024, тонн [2]

Страна	Подсолнечное масло	Соевое масло	Рапсовое масло	Итог
Турция	816 653			816 653
Индия	596 160	60 750		656 910
Китай	187 738	115 000	229 000	531 738
Египет	218 901	26 419		245 320
Иран	131 697	5 001	9 969	146 667
Алжир	9 176	113 421		122 598
Саудовская Аравия	92 744			92 744
Тунис	30 889			30 889
N/A	23 500			23 500
Италия	21 000			21 000
Дания		10 000		10 000
Греция	8 000			8 000
Ливан	6 934			6 934
Ливия	4 600			4 600
Сирия	3 929			3 929
Общий итог	2 151 921	330 591	238 969	2 721 481

данные представлены агентством РИА Новости на основе статистики индийской статистической службы.

Подсолнечное масло составляет основу российского аграрного экспорта в Индию, с ростом поставок на 33 %, достигнув в импорте 1,05 миллиарда долларов. Более того, индийский рынок показал значительный спрос на соевое масло из России, где объемы поставок увеличились в 1,8 раза и составили 187 миллионов долларов. Особенно примечателен взрывной рост в поставках бобов — в 78 раз, до уровня в 34 миллиона долларов.

В дополнение к этим продуктам, поставки остальной аграрной продукции составили 20 миллионов долларов. Стоит отметить, что после затяжного перерыва в три с половиной года, Индия возобновила закупки российской свинины в ноябре прошлого года. Впервые в прошлом году индийские компании также начали импортировать арахис и отдельные виды зерновых из России.

По словам главы Минсельхоза Дмитрия Патрушева, Россия успешно адаптировала направления экспорта за последние два года, теперь 90 % всей аграрной продукции поставляется в страны, поддерживающие дружественные отношения с Россией [3].

Подводя итоги вышеизложенному, стоит отметить, что, несмотря на незначительное увеличение на 1 % в глобальном объеме аграрного экспорта, это изменение оказалось результатом особого внимания к экспансии соевого сегмента, который показал прирост в объеме на 0,02 миллиона тонн. Подсолнечник же сохраняет свои позиции на уровне прошлогодних показателей, стабилизируясь на отметке в 0,03 миллиона тонн.

Тем не менее, существует ряд факторов, ограничивающих более значительное расширение экспортных горизонтов в российском сельскохозяйственном секторе. В частности, это касается нововведений в налоговом регулировании, вводящих экспортные пошлины на определенные нишевые культуры, которые распространяются и на масличные. Сложность экспортной динамики усугубляется тем, что к некоторым продуктам, таким как рапс,

временно наложены запретительные меры до конца августа 2024 года, ограничив его внешнюю торговлю.

Проблемы, связанные с инфраструктурным ограничением, также заслуживают внимания. Они проявляются в виде трудностей с железнодорожным сообщением, особенно это заметно при подходе к ключевым экспортным портам, в которых наблюдается ограниченная перевалочная способность. Несмотря на это, российские производители масличных культур продолжают наращивать объемы производства и переработки, помогая в целом укрепить позиции на мировом рынке.

В контексте этих изменений производители сталкиваются с необходимостью анализа и переосмысления существующих стратегий экспорта, поскольку изменения в части налогообложения вносят свои коррективы. Постоянные перерасчеты пошлин заставляют участников рынка адаптироваться к новым условиям и искать пути оптимизации, чтобы продукция оставалась конкурентоспособной вне зависимости от национальных регуляторных инициатив.

Тем не менее, фундаментальным преимуществом российских экспортеров является производство масел высокого качества из немодифицированного сырья. Этот факт особенно важен касательно соевых бобов, учитывая глобальное распространение ГМО-сои. Российская не генно-модифицированная продукция занимает уникальную нишу, предоставляя странам Азии, Африки и Ближнего Востока альтернативный товарный ресурс. Одновременно для сохранения и расширения экспортного потенциала требуется усовершенствование логистических процессов и обеспечение более эффективного взаимодействия различных видов транспорта. Сокращение дефицита подвижного состава, предназначенного для транспортировки пищевых жидкостей, и оптимизация маршрутов перевозок позволят значительно улучшить текущую ситуацию. Наконец, рост производительных мощностей и качества сырья станет основой для дальнейшего развития и укрепления экспортных позиций России на международном аграрном рынке масличных культур, продуктов их переработки.

Литература:

1. Долгова С. А. Современные тенденции и перспективы развития масложирового производства / С. А. Долгова, О. В. Борода // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. — 2023. — № 4. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-maslozhirovogo-proizvodstva> (дата обращения: 14.03.2025).
2. Обзор российского и мирового рынка масличных культур по состоянию на 27.02.2024 года // Отчет Кубанского сельскохозяйственного информационно-консультационного центра. — URL: https://www.kaicc.ru/sites/default/files/maslichnye_27.02.24.pdf (дата обращения: 14.03.2025).
3. Сухочева Н. А. Конкурентные преимущества производства товарного зерна масличных культур в региональном АПК / Н. А. Сухочева // Вестник аграрной науки. — 2024. — № 6 (111). — С. 164–169.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

HR-бот как цифровой инструмент формирования HR-бренда компании

Кожевникова Дарья Валериевна, студент

Научный руководитель: Бразевич Дмитрий Святославович, кандидат социологических наук, доцент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье рассматривается роль HR-ботов как одного из ключевых инструментов цифровой трансформации, способствующего формированию HR-бренда компании. Анализируются ключевые аспекты их влияния на процессы рекрутинга, адаптации персонала и стратегического управления человеческими ресурсами. На основе теоретического анализа и практических кейсов (Airbus, General Motors, СберТех) показаны преимущества HR-ботов в повышении эффективности и улучшении коммуникации. Делается вывод о том, что автоматизация HR-функций способствует укреплению репутации работодателя и формированию привлекательного HR-бренда в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: HR-бот, HR-бренд, цифровая трансформация, автоматизация HR-процессов, рекрутинг, адаптация персонала, искусственный интеллект в HR.

Развитие технологий искусственного интеллекта и цифровизация бизнес-процессов оказывают существенное влияние на управление человеческими ресурсами. Одним из ключевых элементов этой трансформации становятся HR-боты — интеллектуальные помощники, способные автоматизировать рутинные задачи и обеспечить персонализированную поддержку сотрудников. В этом контексте актуализируется вопрос о том, как использование HR-ботов влияет на восприятие компании как работодателя и способствует формированию устойчивого HR-бренда.

Цель исследования — определить роль HR-бота в формировании HR-бренда компании и оптимизации ключевых HR-процессов.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Раскрыть сущность и роль HR-ботов в современной системе управления персоналом.
2. Проанализировать влияние HR-ботов на ключевые HR-направления: рекрутинг, адаптацию и внутриорганизационную аналитику.
3. Изучить практические кейсы внедрения HR-ботов (Airbus, General Motors, СберТех) и оценить их влияние на HR-бренд.
4. Выявить преимущества и потенциальные риски, связанные с автоматизацией HR-процессов на основе внедрения HR-ботов.

В рамках исследования использован комплексный подход, включающий теоретический анализ научной ли-

тературы по вопросам цифровизации HR-сферы, изучение отраслевых аналитических отчетов (IBM, Deloitte) и кейс-метод.

Цифровые технологии меняют способы взаимодействия компаний с сотрудниками. Конкурентная динамика рынка заставляет HR-отделы пересматривать подходы к привлечению, развитию и поддержке талантов. Внутри организаций HR-боты могут предложить персонализированный опыт взаимодействия с сотрудником и автоматизировать простые задачи. HR-боты становятся неотъемлемой частью цифровой HR-среды, основанной на пользовательском подходе, что способствует формированию мотивированной и высокоэффективной рабочей силы.

Понятие HR-бота чаще всего связывается с применением искусственного интеллекта в управлении человеческими ресурсами. HR-бот рассматривается как автоматический агент, используемый для повышения экономической эффективности HR-функции организации. HR-боты характеризуются как основанные на искусственном интеллекте программы для решения задач поиска, отбора, адаптации, коучинга персонала и повышения эффективности внутриорганизационных коммуникаций. [1].

Проблему влияния HR-ботов на управление персоналом и HR-брендинг исследовали Нагибина Н. И. и Щукина А. А. [2] анализировавшие роль чат-ботов в формировании лояльности сотрудников.

Согласно исследованию IBM Institute for Business Value [4], 66 % руководителей HR-подразделений подтвер-

ждают, что внедрение чат-ботов позволит достичь значительной оптимизации временных и финансовых ресурсов. Более того, как свидетельствуют данные Deloitte Human Capital Trends [3], автоматизация HR-процессов способна повысить продуктивность HR-департаментов до 99 % за счёт минимизации рутинных операций и перераспределения кадрового потенциала на решение стратегических задач.

Эти данные подтверждают тезис о том, что HR-боты модернизируют не только операционную деятельность HR-служб, но и способствуют качественному изменению всей системы управления человеческими ресурсами, что особенно актуально в условиях цифровой трансформации современного бизнеса.

HR-боты влияют на традиционные HR-процессы, выступая не только инструментом автоматизации, но и фактором изменения HR-бренда. Рассмотрим, как именно они трансформируют ключевые HR-процессы:

1. Оптимизация участия HR-специалистов в рутинных процессах

Современный бизнес все чаще доверяет цифровым решениям вопросы массового найма. Автоматизированные системы дают HR-специалистам возможность закрывать вакансии быстро и эффективно, минимизируя временные затраты и финансовые вложения. Так, Airbus запустил цифрового помощника Bessie, чтобы трансформировать подбор персонала. Цифровой ассистент обрабатывает более 12 тысяч запросов от соискателей в месяц, разъясняет стандартные моменты по открытым позициям и выполняют функцию отсева неподходящих анкет на стартовом этапе.

В General Motors внедрили виртуального рекрутера Ev-e — эта система самостоятельно координирует графики встреч, автоматически уведомляет участников и предоставляет доступ к проверочным заданиям. Финансовый эффект превысил 2 миллиона долларов за счет сокращения времени обработки кандидатов до 27 минут.

В российской бизнес-практике наблюдается активное внедрение интеллектуальных HR-решений, что наглядно демонстрирует опыт СберТеха. Внедренный компанией чат-бот трансформирует традиционную процедуру адаптации персонала, выполняя комплекс задач: от автоматизированного приветствия до сбора первичных анкетных данных.

Функционал цифрового помощника включает предоставление исчерпывающей информации об организационной структуре, нормах корпоративного поведения и ключевых регламентах. Каждое интерактивное взаимодействие с системой способствует поэтапному погружению сотрудника в профессиональную среду.

Результаты внедрения свидетельствуют о значительном сокращении (до 70 %) временных затрат HR-специалистов на административные операции. Параллельно фиксируется рост показателей удовлетворенности новичков процедурой адаптации, что в перспективе сни-

жает уровень текучести персонала на ранних этапах трудоустройства.

Однако, в отличие от General Motors, российские компании чаще используют ботов для поддержки текущих сотрудников, а не для рекрутинга. Это связано с особенностями рынка труда: в России выше запрос на «персонализацию» HR-услуг, тогда как на Западе упор делается на скорость массового найма.

2. Инструмент адаптации персонала

Период адаптации нового сотрудника требует особого внимания, но высокая нагрузка на руководителей затрудняет процесс персонализированной адаптации сотрудников. Следствием становятся демотивация и, в итоге, уход ценного кадра, что негативно сказывается на репутации компании и ведет к дополнительным расходам.

Интеллектуальные помощники способны мгновенно реагировать на типовые запросы новичков. Они берут на себя функции виртуального тьютора: рассылают расписания, напоминают о важных событиях, предоставляют доступ к необходимым ресурсам и знакомят с ключевыми контактами в организации.

3. Синергия HR-стратегий и data-driven решений

Популярность HR-ботов обусловлена не только их функциональностью, но и способностью генерировать ценные инсайты. Даже простейшие системы фиксируют паттерны взаимодействия, которые после аналитической обработки превращаются в инструмент для: оптимизации бизнес-процессов, прогнозирования кадровых тенденций, выявления слабых мест в организационной структуре.

Кроме того, боты обеспечивают:

- единый доступ к корпоративной информации для всех сотрудников;
- анонимность обратной связи;
- круглосуточную поддержку.

Компании, внедряющие такие решения, получают конкурентное преимущество, позиционируя себя как прогрессивные работодатели.

HR-боты становятся значимым элементом цифровой трансформации управления персоналом. Их использование позволяет компаниям автоматизировать рутинные процессы, обеспечить высокий уровень персонализированной поддержки сотрудников и улучшить адаптацию новых работников. Практика ведущих компаний, таких как Airbus и General Motors, показывает, что внедрение HR-ботов способствует не только экономии ресурсов, но и формированию современного HR-бренда, воспринимаемого как ориентированного на инновации и заботу о сотрудниках.

В то же время автоматизация несёт определённые риски, связанные с утратой личного контакта и необходимостью постоянной актуализации ИИ-решений. Однако при грамотном внедрении HR-боты могут стать стратегическим активом в построении сильного и привлекательного HR-бренда, способного обеспечить компании устойчивое конкурентное преимущество на рынке труда.

Литература:

1. Минина, В. Н. HR-боты в управлении человеческими ресурсами организации [Электронный ресурс] // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. — 2019. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hr-boty-v-upravlenii-chelovecheskimi-resursami-organizatsii> (дата обращения: 23.04.2025).
2. Нагибина, Н. И. HR-Digital: цифровые технологии в управлении человеческими ресурсами / Н. И. Нагибина, А. А. Щукина // Вестник евразийской науки. — 2017. — № 1 (38). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hr-digital-tsifrovye-tehnologii-v-upravlenii-chelovecheskimi-resursami> (дата обращения: 23.04.2025).
3. Deloitte. 2023 Global Human Capital Trends [Электронный ресурс]: аналитический отчет / Deloitte Insights. — 2023. — URL: <https://vezetofejlesztes.hu/wp/wp-content/uploads/2023/DeloitteHumanCapitalTrends2023.pdf> (дата обращения: 22.04.2025).
4. IBM Institute for Business Value. The Enterprise Guide to Closing the Skills Gap [Электронный ресурс]: отчет о результатах исследования / IBM Corporation. — 2020. — URL: <https://www.ibm.com/downloads/documents/us-en/10a99803f92fda74> (дата обращения: 22.04.2025)

Using humor in creating media content

Kramarev Nikita Alexandrovich, student
Tyumen Industrial University

The article is devoted to the consideration of humor as an element that contributes to the formation of popular media content, the analysis of key aspects of its use and possible difficulties that arise during the interpretation of such content by the audience.

Keywords: humor, media content, tool, information, consumer.

Humor as a tool for creating media content is an integral part of any media outlet that seeks to occupy a stable niche in its environment. In the modern world, where the information flow is steadily growing, and the audience's attention is becoming increasingly scattered, humor acts not just as a means of entertainment, but as a powerful tool for attracting and retaining attention. From humorous images to detailed satirical sketches, humor is able to penetrate into various layers of media content, making it more attractive and memorable. The use of humor not only compensates for the lack of expressiveness, but also serves as an important means of social communication [3]. When creating content, it plays the role of a catalyst that accelerates the perception and memorization of information. It is worth noting that by creating humorous marketing campaigns, the brand's influence on the audience goes beyond individual interaction and covers a much larger market, attracting new customers through word of mouth and viral distribution [2].

However, the use of humor requires a subtle approach and a deep understanding of the target audience. One of these factors is humor tolerance and involves an attitude towards the extent to which a person can perceive taboos and forbidden topics as an object for jokes. People with a high tolerance for humor perceive humor as a natural expression of joy and an indispensable seasoning in entertainment, leisure and social life. While in cultures with a low tolerance for humor in social relations, special attention is paid to rules and order. Humor used in public places is considered inappropriate, and ridicule or jokes in public are sometimes perceived as an

insult [1]. Tolerance of humor implies a respectful attitude towards various social, cultural, religious and ethnic groups. Jokes based on stereotypes, prejudices or discrimination can cause serious harm and reinforce negative attitudes in society. It is important to remember that humor should be aimed at ridiculing common human shortcomings and weaknesses, and not at humiliating specific individuals or communities.

Creating tolerant humor requires a high degree of responsibility and awareness from media content creators. It is necessary to carefully analyze the target audience and take into account its cultural characteristics. It is important to avoid topics that can be perceived as offensive or humiliating for certain groups of people. At the same time, tolerance of humor does not mean rejecting acute topics and satire. On the contrary, humor can be an effective tool for drawing attention to social problems and stimulating discussion.

One of the striking examples is the Dove advertising campaign dedicated to the beauty of women. The videos feature women of different ages, complexions and nationalities, demonstrating that beauty has no standards. The humor here lies in the ironic playing with stereotypical ideas about female beauty, which makes you smile and think. Another example is an Airbnb advert, which shows stories of people hosting guests from different countries and cultures. The humour is based on funny situations that arise due to cultural differences, but at the same time it emphasizes the value of mutual understanding and hospitality.

One of the key benefits of using humour is the creation of a positive emotional background. Jokes, appropriate and

witty, can relieve a tense atmosphere, reduce resistance to information perception and make the content more attractive. This is especially important in the context of news content, where negative topics prevail. Many news outlets successfully use humour to attract audiences. For example, satirical news sites such as «The Onion» or «Panorama» offer an alternative view of events, ridiculing absurd situations and political realities. In traditional media, humour is often used in the form of caricatures, comics or funny headlines.

The use of humour in media content allows you to create an emotional connection with the audience. Laughter evokes positive emotions that are associated with the brand, product, or idea presented in the content. This emotional connection helps build loyalty and trust. Moreover, humor helps soften the rough edges of complex or sensitive topics, making them more accessible and understandable to a wider audience. Therefore, when using humor in creating media content, the following key aspects should be highlighted:

1. The main purpose of using humor is to attract attention. Among the many advertisements that consumers encounter every day, humor helps to stand out. Funny and original jokes or situations make people stop and pay attention to a message that they might have otherwise missed. For example, commercials where unexpectedly comical events occur cause a smile and interest. If the audience feels happy, then their attention to such content increases [3].

2. The use of humor helps create an emotional connection between the brand and the consumer. People tend to associate positive emotions with brands that can make them laugh. This can lead to increased loyalty and pleasure from interacting with

a product or service. For example, advertising containing witty jokes about everyday life can evoke nostalgic or cozy feelings in viewers.

3. Memorability is an important feature for the emergence of a trusting attitude towards a brand. Research has shown that consumers better remember brands that they like, especially if they can make them laugh. Whether it is slogans, unexpected turns of events or pleasant characters, such elements make advertising materials brighter and easier to perceive.

4. The social factor is also becoming an important element in the successful use of humor in advertising. In the era of social networks, humorous advertising often goes viral. If the ad is really funny, people are happy to share it with their friends, which increases the reach and brand recognition. Virality of content helps to form a positive public opinion about the company and its products.

It is also important to remember to be careful when using humor. Jokes can be misunderstood or perceived as offensive. Therefore, it is important to carefully develop the concept of the advertising campaign, taking into account the cultural characteristics and beliefs of the target audience. The wrong approach can lead to a negative perception of the brand or even scandals.

Thus, the use of humor in advertising, although it seems contradictory at first glance, is in fact an effective tool that helps to attract attention to the brand, to remember it and to create a trusting relationship with the audience. The ability to improve the quality of media content for memorability, which subsequently influences its viral distribution, makes humor an integral part of a successful media strategy.

References:

1. Parker, L. Social marketing and advertising in the age of social media / L. Parker, L. Brennan. — Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2020. — 192 с. — Текст: непосредственный.
2. Довганина, В. И. Преимущества использования юмора в маркетинге для удержания аудитории / В. И. Довганина. — Текст: непосредственный // Вестник науки. — 2024. — № 6 (75). — С. 155–161.
3. Цуканов, А. А. Стилистические приемы создания юмора в англоязычных постах социальных сетей / А. А. Цуканов, М. С. Пестова, Н. М. Шленская. — Текст: непосредственный // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2025. — № 1. — С. 1–10.
4. The influence of culture on attitudes towards humorous advertising / Y. Wang, S. Lu, J. Liu [и др.]. — Текст: непосредственный // Frontiers in Psychology. — 2019. — № 10. — С. 1–12.

Контент-маркетинг для B2B-рынка

Магомедов Фархад Забидинович, студент

Научный руководитель: Чернышева Анна Михайловна, кандидат экономических наук, доцент

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы (г. Москва)

В данной статье рассматриваются основные аспекты контент-маркетинга для B2B-сегмента. Акцент сделан на ключевых концепциях и принципах, особенностях покупательского пути и важности контента на каждом этапе взаимодействия с клиентом. Описаны различные виды контента, применимые для B2B-аудитории, включая информационные, образовательные и экспертные материалы. Представлена стратегическая модель контент-маркетинга, включающая этапы разработки, постановку целей, выбор каналов распространения и ключевых показателей эффек-

тивности. Также рассмотрены современные тенденции, такие как использование искусственного интеллекта и персонализация контента, а также интеграция с Account-Based Marketing (ABM).

Ключевые слова: B2B, контент-маркетинг, белые книги, кейс-стади, вебинары, экспертный контент, персонализация, AI, Account-Based Marketing (ABM).

Content marketing for the B2B market

This article explores the essential aspects of content marketing for the B2B segment. The focus is on key concepts and principles, the specifics of the customer journey, and the importance of content at each interaction stage. Various types of content applicable to the B2B audience are described, including informational, educational, and expert materials. A strategic content marketing model is presented, covering development stages, goal setting, distribution channel selection, and key performance indicators. Modern trends, such as the use of artificial intelligence and content personalization, as well as integration with Account-Based Marketing (ABM), are also discussed.

Keywords: B2B, content marketing, white papers, case studies, webinars, expert content, personalization, AI, Account-Based Marketing (ABM).

Введение

Контент-маркетинг представляет собой стратегический маркетинговый подход, направленный на создание и распространение ценного, релевантного и последовательного контента для привлечения и удержания четко определенной аудитории. В контексте B2B (business-to-business) рынка этот подход приобретает особое значение, учитывая специфику взаимодействия между компаниями. [3]

B2B-рынок характеризуется более длительным циклом продаж, сложным процессом принятия решений и необходимостью предоставления глубокой экспертизы. В отличие от B2C (business-to-consumer) сегмента, где эмоциональная составляющая часто играет ключевую роль, B2B-клиенты ориентированы на рациональный подход, требуя детальной информации и доказательств эффективности предлагаемых решений. [1]

Актуальность темы контент-маркетинга в B2B-сфере обусловлена растущей конкуренцией на рынке и изменением поведения корпоративных покупателей. Современные B2B-клиенты все чаще предпочитают самостоятельно исследовать рынок и потенциальных поставщиков перед непосредственным контактом с отделом продаж. По данным исследований, до 70 % процесса принятия решения о покупке в B2B-сегменте происходит до прямого контакта с продавцом. В этих условиях качественный контент становится ключевым инструментом для привлечения внимания, формирования доверия и демонстрации экспертизы компании.

Теоретические основы контент-маркетинга в B2B

Ключевые концепции и принципы контент-маркетинга в B2B-секторе базируются на создании и распространении высококачественной, экспертной информации, которая помогает целевой аудитории решать их бизнес-задачи. Основной принцип заключается в предоставлении

ценности через контент еще до того, как потенциальный клиент совершит покупку.

Одним из фундаментальных принципов B2B-контент-маркетинга является ориентация на образование аудитории. Это означает, что контент должен не только продвигать продукт или услугу, но и предоставлять глубокое понимание отраслевых проблем и инновационных решений. Например, компания, предлагающая программное обеспечение для управления цепочками поставок, может создавать контент о новых технологиях в логистике, анализировать глобальные тренды в управлении поставками или предоставлять руководства по оптимизации складских процессов. [4]

Отличия B2B-контент-маркетинга от B2C варианта существенны. В то время как B2C контент часто апеллирует к эмоциям и личным потребностям потребителя, B2B-контент фокусируется на рациональных аспектах, таких как повышение эффективности бизнеса, снижение издержек или увеличение прибыли. B2B-контент, как правило, более детализирован, технически сложен и ориентирован на профессиональную аудиторию. [5]

Роль контента в B2B покупательском пути многогранна. На этапе осознания проблемы контент помогает потенциальным клиентам идентифицировать и четко сформулировать свои потребности. На стадии рассмотрения вариантов качественный контент позволяет компании продемонстрировать свою экспертизу и выделиться среди конкурентов. Наконец, на этапе принятия решения контент может предоставить убедительные доказательства эффективности предлагаемого решения, например, через case studies или детальные технические спецификации.

Виды контента для B2B-аудитории

Информационные материалы, такие как white papers и case studies, играют crucial роль в B2B-контент-марке-

тинге. White papers представляют собой глубокие аналитические документы, раскрывающие сложные темы и предлагающие решения конкретных бизнес-проблем. Например, IT-компания может выпустить white paper о преимуществах и рисках внедрения облачных технологий в финансовом секторе, предоставляя детальный анализ и рекомендации. [3]

Case studies, в свою очередь, демонстрируют реальные примеры успешного применения продуктов или услуг компании, что особенно ценно для B2B-клиентов, ищущих доказательств эффективности. Хороший case study не только описывает решение, но и приводит конкретные метрики успеха: например, насколько увеличилась производительность или сократились расходы после внедрения продукта.

Образовательный контент, включая вебинары и онлайн-курсы, позволяет компаниям не только делиться знаниями, но и устанавливать более тесный контакт с аудиторией. Вебинары предоставляют возможность интерактивного взаимодействия и получения мгновенной обратной связи, в то время как онлайн-курсы могут стать эффективным инструментом для длительного вовлечения потенциальных клиентов. Например, компания, предоставляющая CRM-системы, может организовать серию вебинаров о лучших практиках управления отношениями с клиентами или создать онлайн-курс по внедрению и оптимизации CRM в различных отраслях. [1]

Экспертный контент, такой как отраслевые отчеты и аналитические материалы, помогает компании позиционировать себя как лидера мысли в своей области. Этот тип контента особенно ценен для B2B-аудитории, так как предоставляет глубокое понимание тенденций рынка и может помочь в принятии стратегических решений. Например, консалтинговая компания может выпустить ежегодный отчет о состоянии и перспективах развития определенной индустрии, включающий анализ ключевых трендов, вызовов и возможностей.

Возрастает также роль визуального контента в B2B-маркетинге. Инфографики, схемы и диаграммы могут эффективно передавать сложную информацию в доступной форме. Например, инфографика, иллюстрирующая процесс внедрения нового программного обеспечения и его влияние на различные аспекты бизнеса, может быть более убедительной, чем простой текстовый документ. [1]

Видеоконтент также набирает популярность в B2B-сегменте. Это могут быть обучающие видеоролики, демонстрации продуктов, интервью с экспертами или анимированные объяснения сложных концепций. Видео особенно эффективно для привлечения внимания и объяснения сложных тем в визуально привлекательной форме.

Стратегия контент-маркетинга для B2B

Определение целевой аудитории и создание детальных персон являются фундаментальными шагами в разработке стратегии контент-маркетинга для B2B. Важно учи-

тывать не только демографические характеристики, но и специфику отрасли, размер компании, ключевые проблемы и цели потенциальных клиентов. Создание нескольких персон позволяет учесть различные роли в процессе принятия решений: от технических специалистов до C-level руководителей.

Например, для компании, продающей программное обеспечение для управления проектами, персоны могут включать:

1. Технического директора крупной IT-компания, заинтересованного в масштабируемости и интеграции с существующими системами.
2. Руководителя проектов в среднем бизнесе, ищущего инструмент для повышения эффективности команды и улучшения коммуникации.
3. Финансового директора, фокусирующегося на ROI и оптимизации затрат. [3]

Постановка четких целей и определение ключевых показателей эффективности (KPI) критически важны для оценки успеха контент-маркетинговой стратегии. Цели могут варьироваться от повышения узнаваемости бренда до генерации лидов и увеличения конверсии. KPI могут включать такие метрики, как количество загрузок white papers, просмотров вебинаров, время, проведенное на сайте, или количество запросов на демонстрацию продукта.

Для B2B-компаний цели контент-маркетинга могут быть следующими:

1. Увеличить количество квалифицированных лидов на 25 % в течение следующего квартала.
2. Повысить показатель вовлеченности (engagement rate) на корпоративном блоге на 15 % за полгода.
3. Достичь 1000 подписчиков на ежемесячную email-рассылку с отраслевыми инсайтами к концу года. [4]

Выбор каналов распространения контента в B2B-сфере должен учитывать специфику целевой аудитории. Профессиональные социальные сети, такие как LinkedIn, отраслевые форумы и специализированные медиа часто оказываются более эффективными, чем массовые платформы. Email-маркетинг остается одним из наиболее действенных инструментов для доставки персонализированного контента B2B-аудитории. [3]

Планирование и создание контента требует системного подхода. Необходимо разработать контент-план, учитывающий различные стадии покупательского пути и потребности разных персон. Важно обеспечить баланс между различными форматами контента и регулярность его публикации. Коллаборация между маркетинговым отделом, продажами и техническими экспертами компании часто необходима для создания действительно ценного и релевантного контента.

Пример контент-плана для B2B-компания может включать:

1. Еженедельные публикации в корпоративном блоге о трендах индустрии и лучших практиках.
2. Ежемесячный вебинар с приглашенными экспертами по актуальным темам отрасли.

3. Ежеквартальный выпуск подробного отраслевого отчета или white paper.

4. Серия обучающих видео о различных функциях продукта, выпускаемых раз в две недели. [5]

Тенденции и перспективы развития B2B-контент-маркетинга

Влияние новых технологий, таких как искусственный интеллект (AI) и виртуальная реальность (VR), открывает новые возможности для B2B-контент-маркетинга. AI может быть использован для анализа поведения пользователей и персонализации контента, а также для автоматизации процессов создания и распространения контента. VR-технологии позволяют создавать иммерсивный опыт, например, виртуальные туры по производству или интерактивные демонстрации продуктов, что особенно ценно в B2B-сегменте.

Персонализация контента становится все более важной тенденцией в B2B-маркетинге. Используя данные о поведении пользователей, их предпочтениях и стадии покупательского пути, компании могут предоставлять максимально релевантный контент каждому потенциальному клиенту. Это может включать динамическое изменение содержания веб-страниц, персонализированные email-рассылки или адаптивные рекомендации контента. [1]

Интеграция контент-маркетинга с Account-Based Marketing (ABM) представляет собой перспективное направление развития B2B-маркетинга. ABM подход предполагает концентрацию маркетинговых усилий на конкретных

целевых аккаунтах, и контент-маркетинг играет ключевую роль в этой стратегии. Создание высокоспециализированного контента, учитывающего специфику конкретной компании или даже отдельного лица, принимающего решения, становится все более распространенной практикой.

Заключение

Контент-маркетинг в B2B-секторе представляет собой мощный инструмент для привлечения и удержания клиентов, построения долгосрочных отношений и позиционирования компании как эксперта в своей области. Эффективная стратегия контент-маркетинга требует глубокого понимания целевой аудитории, создания разнообразного и ценного контента, а также правильного выбора каналов его распространения.

По мере развития технологий и изменения поведения B2B-покупателей, контент-маркетинг будет продолжать эволюционировать. Персонализация, использование AI и VR-технологий, а также интеграция с ABM стратегиями открывают новые возможности для повышения эффективности B2B-маркетинга.

Компании, которые смогут адаптироваться к этим тенденциям и продолжат инвестировать в создание качественного, релевантного контента, получат значительное конкурентное преимущество на B2B-рынке. В конечном итоге, успех в B2B-контент-маркетинге будет определяться способностью предоставлять ценную информацию, которая помогает клиентам решать их бизнес-задачи и принимать обоснованные решения.

Литература:

1. Крутышева Т. А. Особенности внедрения инструментов персонализации маркетинга на рынке «B2B» // Форум молодых ученых. 2024. № 1 (89). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vnedreniya-instrumentov-personalizatsii-marketinga-na-rynke-b2b> (дата обращения: 04.10.2024).
2. Пушкина О. Л., Невоструев П. Ю. Особенности комплексного интернет-маркетинга компаний на B2B-рынке // Достижения науки и образования. 2016. № 1 (2). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kompleksnogo-internet-marketinga-kompaniy-na-b2b-rynke> (дата обращения: 04.10.2024).
3. Магомедов Ф. З. Контент-маркетинг для B2B-рынка / науч. рук. А. М. Чернышева. — Российский университет дружбы народов, факультет экономический, 2025. URL: https://iesm-journal.ru/wp-content/vypusk_2024/KONTENT-MaRKETING-DLYa-B2B-RINKa.pdf
4. Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*. https://www.researchgate.net/publication/280172879_Business_to_business_digital_content_marketing_Marketers'_perceptions_of_best_practice
5. Järvinen, J., & Taiminen, H. (2016). Harnessing marketing automation for B2B content marketing. *Industrial Marketing Management*. https://www.researchgate.net/publication/280875581_Harnessing_marketing_automation_for_B2B_content_marketing
6. Wang, W. L., Malthouse, E. C., Calder, B., & Uzunoglu, E. (2019). B2B content marketing for professional services: In-person versus digital contacts. *Industrial Marketing Management*. https://www.researchgate.net/publication/321314160_B2B_content_marketing_for_professional_services_In-person_versus_digital_contacts

Направления и инструменты управления системой коммуникации в организации

Сильянов Вячеслав Григорьевич, студент
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В настоящей статье автор анализирует направления и инструменты управления системой коммуникации в современной организации. Большое внимание уделяется процессам управления коммуникационными процессами, каналам эффективной коммуникации, инструментам управления системой внешних и внутренних коммуникаций в организации.

Ключевые слова: инструменты управления коммуникациями, коммуникации, коммуникационные каналы, организации, управление коммуникациями.

Использование разнообразных коммуникационных средств обогащает взаимодействие между отправителем и получателем информации, открывая новые возможности для обеих сторон.

Последние исследования свидетельствуют о том, что организации, использующие более четырех различных коммуникационных каналов, демонстрируют значительно более высокую эффективность по сравнению с конкурентами, ограничивающимися одним или двумя каналами связи. Для успешного решения сложных задач необходимо максимально задействовать все доступные средства коммуникации.

Основные положения коммуникации представляют собой основные требования, которые лежат в основе деятельности в области коммуникации. Обеспечение связи между компанией и клиентами, передача управленческой и отчетной информации, направленной на достижение целей, осуществляется через управление коммуникациями. Каждый сотрудник организации должен быть готов к процессу коммуникации в соответствии со своими должностными обязанностями.

Управление коммуникациями заключается в следующих процессах [4, с. 32]:

- определение информационных потребностей участников проекта, таких как состав информации, сроки и способы доставки, является ключевым шагом в планировании системы коммуникаций;
- документирование рабочего процесса включает сбор, обработку и организацию формальной документации по проекту с целью обеспечения ее удобного хранения;
- сбор и распределение информации — это процессы, которые включают регулярный сбор и своевременную доставку необходимой информации участникам проекта;
- оценка и отображение информации также являются важными аспектами системы коммуникаций.

В ходе разработки коммуникационной стратегии следует определить, какие основные инструменты необходимы для ее реализации и в какой последовательности их предпочтительнее использовать. Более подробно инструменты и методы применения инструментов цифровых коммуникаций будут представлены далее.

Определение каналов коммуникаций и конкретных средств можно на основе наиболее значимых для си-

туации параметров, изображающиеся графически в виде карты категорий. При выборе средств рекламы для определенной целевой аудитории каждый вид рекламы можно рассматривать на основе соотношений «охват — индекс соответствия» [2, с. 16].

Выделяют несколько основных видов каналов коммуникаций:

- одноканальные коммуникации предполагают связь с покупателем за счет использования одного коммуникационного канала;
- многоканальные коммуникации предполагают использование компаниями в своей деятельности несколько коммуникационных каналов, действующих независимо друг от друга;
- кросс-канальные коммуникации предполагают связь с покупателем удобным для него способом, с возможностью свободно переключиться на другой канал коммуникации. При взаимодействии через кросс-канальные коммуникации потребитель может сам выбирать канал его взаимодействия с компанией;
- омниканальные коммуникации предполагают объединение всех коммуникационных каналов вокруг пользователя (как онлайн, так и оффлайн-формата). При таком подходе потребитель взаимодействует с брендом, а не с каналом коммуникации [3, с. 52].

Вся система коммуникаций может быть представлена как совокупность средств, которые условно разделены на основные и синтетические группы.

Коммуникации включают 5 основных элементов: реклама, прямые продажи, личные продажи, связи с общественностью и стимулирование продаж.

Реклама — метод коммуникаций, используемый СМИ, обеспечивающий самый большой географический охват рассредоточенной целевой аудитории при минимальных вложениях. Как правило, реклама передает одно и то же сообщение (зачастую многократно) независимо от того, где живет целевая аудитория и выделяет конкретную функцию продукта.

Одновременно с этим расходы на рекламу могут ощутимо расти за счет выхода на теле-, радио- и даже интернет-площадки, что может быть слишком дорогостоящим для многих компаний. В качестве других традиционных форм платной рекламы рассматриваются печатные СМИ (периодические издания, «желтые страницы»), реклама на

щитах, баннерах, вывесках, плакатах, листовках. Кроме того, до сих пор встречается реклама на общественном транспорте, в общественных туалетах, на досках объявлений жилых домов, в лифтах, на скамейках в местах отдыха и ожидания [1, с. 56]. По сути, любая среда и любые поверхности, попадающие в поле зрения и слуха потенциальных потребителей, могут выступать площадками для рекламы (в рамках законодательства), и примеры эффективного продвижения включают размещение рекламных материалов в самых неожиданных местах.

К прямым продажам можно отнести прямую почтовую рассылку, push-уведомления в веб-браузерах и мобильных приложениях, каталоги, купоны (например, на скидку) и вкладыши, выставки и др.

Личные продажи являются самым опасным и дорогим из всех методов коммуникаций. Тем не менее, в случае его применения владельцем малого бизнеса или предпринимателем, имеющим возможность строить отношения с клиентами и продавать лично, такие продажи могут стать довольно полезным аспектом процесса продвижения.

Связи с общественностью (PR) подразумевают то, как компания управляет потоком информации и своими взаимодействиями с различными целевыми группами, заинтересованными в бизнесе или находящимися под его влиянием (широкая аудитория, клиенты, сотрудники, акционеры, партнеры, конкуренты, государство).

К инструментам по связям с общественностью относят проведение мероприятий (благотворительных, общественных, онлайн-выступлений), пресс-релизы, финансовые отчеты и статьи, лоббирование, рекламные материалы в социальных сетях, экскурсии по объектам, мастер-классы, ведение блогов, спонсорство, интервью и другие способы создания и продвижения положительного имиджа среди людей. Связи с общественностью помогают охватить целевую аудиторию, которая не имеет контактов с брендом, компанией или продуктом в СМИ.

Отметим, что у PR есть преимущества и недостатки. Положительной стороной связей с общественностью является укрепление социально направленной деловой практики, в то время как среди недостатков значатся теневое политическое лоббирование, «политтехнологии» и прочие инструменты, которые дают аудитории ложную информацию.

Важно отметить, что сегодня компаниям любых размеров следует осознавать в большей степени, чем когда-либо, что они действуют в максимально широких рамках общества и имеют не только права, но и соответствующие обязанности.

Содействие продажам является последним традиционным компонентом коммуникаций, подразумевающим стимулы к покупке, предоставляемые компаниями своим клиентам. В качестве таких стимулов могут выступать бесплатные товары или услуги, образцы, скидки, бонусы, купоны, ваучеры, подарки, призы, участие в конкурсе и любые другие дополнительные преимущества продуктов

или услуг. Такие коммуникации позволяют целевой аудитории немедленно взаимодействовать с брендом. Это дает ей стимул использовать продукт и ощутить его преимущества.

Для успешной корпоративной коммуникации необходимо учитывать особенности каждой отрасли, так как их цели и приоритеты могут значительно отличаться. В финансовой сфере внимание уделяется безопасности, в розничной торговле — скорости и доступности, в области информационных технологий — гибкости и сочетанию синхронного и асинхронного взаимодействия, а в образовании — удобству использования и наличию интерактивных инструментов.

Подбор подходящих средств и их настройка в соответствии с нуждами сотрудников и клиентов способствуют быстрому и эффективному решению рабочих задач, укреплению доверительных отношений и поддержанию доброго имени компании.

Среди инструментов выделяются следующие:

- бренд-медиа — это такие платформы, как корпоративные сайты, порталы, мессенджеры, соцсети, чат-боты, собственные интернет-издания, а также e-mail и SMS рассылки. Эти инструменты хорошо подходят для распространения новостей, анонсов мероприятий и публичного признания заслуг сотрудников;

- корпоративная печатная продукция — регулярные или специальные журналы, газеты, каталоги, брошюры и книги. Они способствуют формированию положительного имиджа компании среди работников и их вовлеченности;

- внутренние мероприятия, собрания и презентации — служат для проведения мозговых штурмов, принятия важных решений, обсуждения ключевых вопросов и информирования персонала о значимых организационных событиях;

- внешние мероприятия — такие как ярмарки вакансий, участие в конференциях, выставках и благотворительных акциях. Они улучшают общественное восприятие компании и помогают привлечь внимание потенциальных сотрудников;

- брендированная продукция включает мерч (к примеру, одежду, канцтовары и посуду с логотипом и другими элементами бренда), а также оформление рабочего пространства в единой визуальной концепции для повышения мотивации сотрудников;

- системы управления проектами или CRM — отлично подходят для назначения, распределения и контроля выполнения задач. Программы такого рода позволяют создать собственную систему, соответствующую корпоративной иерархии и целям внутренней коммуникации, используя предустановленные шаблоны.

Существует 9 основных «инструментов» управления системой внешних коммуникаций в организации:

- журналистские материалы — медиатекст;

- выступление руководителей компании жилищно-коммунального хозяйства;

- фирменный стиль, материалы — айдентика;
- разработка и распространение видеоконтента — корпоративные фильмы;
- работа со СМИ;
- специальные мероприятия;
- франшиза как инструмент PR-продвижения;
- медиапланирование;
- благотворительность.

У каждого способа есть свои преимущества и недостатки в зависимости от конкретной ситуации и по-

ставленной задачи. Можно заключить, что современные тенденции, инструменты и технологии продвижения организации в Интернете предоставляют множество возможностей для эффективного достижения целей и повышения осведомленности о работе конкретной организации. Однако важно помнить, что выбор и использование конкретных инструментов должны соответствовать стратегии и целям предприятия. Необходимо проанализировать и изучить запросы целевой аудитории, чтобы определить наиболее подходящие платформы и каналы коммуникации.

Литература:

1. Данилов, В. А. Психология социальных коммуникаций и рекламы: в 2 ч. / В. А. Данилов, А. В. Тараканов. — Часть 2. — Москва: Дашков и К°, 2023. — 189 с. — Текст: непосредственный.
2. Дегтярев, М. А. Навыки эффективных бизнес-коммуникаций: путь к успеху / М. А. Дегтярев. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2023. — 217 с. — Текст: непосредственный.
3. Ефимова, М. В. Терминосистемы в деловых коммуникациях: учебное пособие / М. В. Ефимова. — Уфа: РИЦ УУНиТ, 2023. — 97 с. — Текст: непосредственный.
4. Карасёв, А. Т. Государственная власть и местное самоуправление в Российской Федерации: теоретико-правовые основы содержания и взаимодействия / А. Т. Карасёв, К. И. Корсун. — Екатеринбург: УрЮИ МВД России, 2022. — 83 с. — Текст: непосредственный.

ФИЛОСОФИЯ

Интеллигенция в современном мире: российский контекст (философский аспект)

Беляновский Егор Сергеевич, студент

Научный руководитель: Исмаилов Нурмагомед Омарович, кандидат философских наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В данной работе будет совершено осмысление феномена интеллигенции в условиях современного мира, подвергающимся процессам глобализации общества и массовизации культуры. Данные процессы трансформируют способ существования особого класса интеллектуалов, что приводит к его изменению в социальной структуре не только мирового сообщества, но и в обществе современной России. В российском контексте обращение к феномену интеллигенции продиктовано также тем, что существование подобного социального класса часто интерпретируется как уникальный для российской культуры феномен. Особенностью российской интеллигенции является не столько социальные, экономические и демографические характеристики этого социального класса, сколько философские основания его бытия, мировоззрения и функции по отношению к другим слоям общества. В связи с этим новизна исследования продиктована обращением к проблеме релевантности употребления данного понятия к интеллектуальной культуре современной России в частности и к российскому обществу в целом, пребывающие в меняющихся условиях существования интеллигенции. Это позволит изучить внутренние противоречия, свойственные современному интеллигентскому сознанию, а также охарактеризовать проблемы идентичности российской интеллигенции в условиях постсоветской культуры и глобальных вызовов, прибегая преимущественно к ее внутренней логике, покоящейся на философских основаниях.

Ключевые слова: интеллигенция, российская культура, социальная идентичность, интеллектуальный труд, современное общество, социальная структура, глобализация, цивилизация, кризис интеллигенции, моральное сознание.

Введение

Проблема современных интерпретаций понятия «интеллигенция» в контексте российской культуры представляет собой сложный феномен, в котором переплетается как социокультурный, так и этико-политический дискурсы. В философском аспекте эта тема представляет интерес в свете вопроса о возможности существования российской интеллигенции сегодня как особого типа нравственной и духовной идентичности. Ответ на этот вопрос предлагает обращение к философской проблематике определения понятия «интеллигенция». Она кроется вокруг ответа на вопрос об онтологическом статусе современной интеллигенции — является ли она социокультурным конструктом или философски значимым образом человека, несущим внутреннее напряжение между личной интеллектуальной ответственностью и служением обществу. Кроме того, философский аспект данной проблематики связан с определением универсального характера категории «интеллигенция» по отношению к любой культуре или определением ее как продукта сугубо российской культурной традиции. И наконец, обращение к данному вопросу связано с ответом на вопрос о возможности

существовании данного феномена в рамках современной социокультурной действительности постмодерна, цифрового капитализма и глобализма,

Проблема философской сущности интеллигенции и ее исторических трансформаций неоднократно становилась предметом исследования со стороны философов и ученых.

Классическое осмысление нравственного значения русской интеллигенции было совершено еще в начале XX века в сборниках «Вехи» [4] и «Из глубины» [9: 1]. Авторами в этих текстах обосновывалось особое духовное призвание интеллигенции как ее сущностной характеристикой, имеющей своей оборотной стороной стремление к утопизму.

Н. А. Бердяев рассматривал феномен интеллигенции в метафизическом ключе. Для него интеллигенция — социальный класс, имеющий нравственное предназначение в том, чтобы способствовать развитию других людей в «царство духа», противостоящему «царству Кесаря» за счет обретения свободы [3]. В. Г. Федотов рассматривал российскую интеллигенцию как нравственный идеал, так и не нашедший своего адекватного отражения в социальной действительности [13].

В современном академическом дискурсе также принимаются попытки философского осмысления российской интеллигенции, ее историко-культурных оснований и нравственной идентичности. К данным работам можно отнести тексты О. М. Здравомысловой, Н. В. Кутуковой, обращающихся к теме социального статуса российской интеллигенции в XXI веке, [6]; к вопросам пре-емственности интеллигенции как социокультурного феномена в современном мире, которые изучала Т. В. Наумова [8]; а также к функции российской интеллигенции сегодня у И. В. Сибирякова [11].

Предметом исследования выступает философское осмысление положения и роли интеллигенции в современном российском обществе.

Объектом исследования является интеллигенция как социокультурный и философский феномен

В данном исследовании применены следующие методы:

- Историко-генетический метод, необходимый для изучения генезиса понятия и социального феномена интеллигенции в русской философской и культурной традиции. Данный метод позволяет выделить ключевые этапы становления интеллигенции как особой духовно-нравственной прослойки российского общества, где особое внимание уделено связи с русской интеллигенции рубежа XIX-XX веков.

- Компаративный анализ источников, необходимый для сопоставления различных философских подходов к изучению феномена интеллигенции и выявления различий в осмыслении этого термина у исследователей.

- Концептуальный анализ, позволяющий раскрыть понятие «интеллигенции» и связанные с ним моральные и познавательные категории, формирующими понятийное поле исследования.

Методологическая основа работы носит междисциплинарный характер, опираясь на:

- философскую традицию осмысления интеллигенции как носителя нравственной рефлексии по отношению к обществу и власти.

- Критический анализ современных дискуссий о кризисе интеллигенции, ее социокультурной маргинализации в условиях позднего капитализма, процессов глобализации и массовой культуры.

Особое внимание уделено диалектическому подходу в рассмотрении отношений между интеллигенцией и остальным обществом, а сопоставление ее идеального образа и реальными условиями ее бытия.

Философский анализ понятия «интеллигенция»

Понятие «интеллигенция», отражающее особый социальный слой современного общества, едва ли поддается однозначному определению. В. И. Даль вкладывал в содержание понятия «интеллигенция» следующее определение: «разумная, образованная, умственно развитая часть жителей» [5]. Трудность определения понятия «ин-

теллигенция» заключается в самой социальной структуре общества, где восприятие интеллигенции от одной социальной страты к другой может варьироваться весьма различным образом, от положительного отношения к весьма критическому. Так, со стороны властных классов интеллигенция воспринималась с раздражением. К примеру В. К. Плеве утверждал, что интеллигенция не является самостоятельным социальным классом, но лишь искусственно сформированной прослойкой общества, испытывающей склонность к интеллектуальной критике «правительственной власти или православной церкви; ко всему же остальному относится с полным равнодушием» [1]. В свою очередь другие мыслители, играющие ключевую роль для развития русской философии и культуры, также имели весьма поляризованные взгляды на природу русской интеллигенции. К примеру философ С. Н. Булгаков отмечал, что наиболее важным качеством как русского народа в целом, так и русской интеллигенции, в котором оно выражена еще наиболее остро, выступает способность к жертвенности и стремление примирить человечество с теми страданиями, с которыми ему приходится считаться [4, с. 157]. Подтверждение этого тезиса можно найти и в словах П. И. Новгородцева, который видел в российской интеллигенции как проявлении философского национального самосознания одну из тех культурных констант, формирующую оптимистичное будущее для вечно страдающей России: «одно в ней здорово, сильно и обещает выход и освобождение — это мысль и порыв ее интеллигенции» [9, с. 256].

Такой подход к пониманию интеллигенции ограничен тем социальным статусом, к которому принадлежит сам индивид, и отражает скорее баланс сил в процессах социального противоборства, нежели чем действительное понятие. Наиболее релевантным здесь оказывается философский подход, который бы позволил сформулировать предельно отвлеченное от конкретной социальной жизни понятие «интеллигенции». К примеру в советской философской энциклопедии интеллигенция определяется как «общественный слой лиц, профессионально занимающихся умственным, творческим трудом и обычно имеющих соответствующее, как правило, высшее образование» [14, с. 216]. В современных философских словарях определение понятия «интеллигенция» более специфическое и включает туда не только людей, для которых интеллектуальный труд — профессия, но и тех людей, характерной чертой ценностной системы которых является «творчество культурно-нравственных ценностей (форм) и приоритет общественных идеалов, ориентированных на всеобщее равенство и интересы развития человека» [10, с. 130]. Появляется содержательная сторона определения, выраженная не только в наличии интеллектуального труда как такового, но и его направленности на возникновение чего-то принципиально нового, способствующему достижению социальной справедливости. Эта конкретизация этоса современного интеллигента подчеркивает его специфику существования в современном мире.

Российская интеллигенция как специфический социокультурный феномен

Другой важной темой академических дискуссий относительно феномена интеллигенции является его социокультурная обусловленность. Многие мыслители считают, что «интеллигенция» — социальный феномен, присущий исключительно русской культуре. Другие же полагают, что «интеллигенция» не может иметь строгой привязки к русской культуре и для обозначения данной прослойки общества может использоваться термин «интеллектуалы», отражающий универсальную для всех современных модернизированных обществ прослойку общества [6, с. 8]. При этом, последняя позиция также может рассредоточиваться на два вектора, где одни ученые констатируют невозможность существования российской интеллигенции в глобализационном мире, а вторые говорят о том, что такого феномена внутри русской культуры никогда и не было.

Стоит полагать, что одним из возможных путей прояснения философского содержания интеллигенции в современной России может являться сравнение деятельности и специфики работников интеллектуального труда в России и в западных странах. Такое сравнение осуществлял Г. Силласте, выделяя в общих признаках российского и западного интеллигента наличие подтвержденной квалификации и занятием умственной деятельностью как главным направлением его труда. Однако вместе с тем он выделяет существенные различия между российским и западным представителем интеллигенции в плане социального признания со стороны других членов общества, а также социальной защищенностью со стороны государства в целом. В российском обществе в качестве особого фактора Силласте говорит об экономической незащищенности российского интеллигента, что сильно контрастирует с аналогичным положением дел в западном обществе [12].

Однако данное различие имеет скорее социодемографическое, нежели чем философское содержание. Несмотря на то, что с этой точки зрения российская интеллигенция обладает меньшей выраженностью и автономностью внутри социальной структуры своего общества, философское осмысление данного феномена требует выявления специфики российской интеллигенции на уровне ее ценностного наполнения. Поскольку российская интеллигенция есть не только работники интеллектуального труда, но и люди, обладающие довольно конкретными мировоззренческими и этическими ориентирами. В этом выражается социокультурное своеобразие российской интеллигенции.

Состояние интеллигенции в современной России

В измерении научного развития современного общества наличие подобных мировоззренческих и этических ориентиров свидетельствует о том, что современный российский интеллигент погружен не только в техническое, ценностно-нейтральное знание, но и в гуманитарное,

в котором не так ярко выражен принцип объективности, подчиняющийся ценностному измерению науки. Однако для современной науки характерно непрерывное сближение двух отраслей человеческого познания, которые с необходимостью должны отражаться и в сознании самого представителя интеллигенции. Э. Агацци утверждает, что современная моральная философия не может говорить о современном человеке вне тех последствий научно-технического прогресса, которые конструирует его технологический, постгуманистический образ. В этом смысле современная интеллигенция должна «держат руку на пульсе» как и технологических нововведений, так и его ценностных обрамлений, предоставляя тем самым обществу новые инструменты выстраивания своей идентичности в условиях стремительно меняющегося мира [2].

Об этом же говорит и российский академик С. П. Капица, утверждая, что периода глобальной нестабильности требует от представителя интеллигенции более устойчивого морального каркаса, чем от членов другого общества. Однако не только кризисные, но и бытовые особенности существования современного человека требуют от представителя интеллигенции особого нравственного подхода к жизни. С. П. Капица в связи с этим напоминает, что современная капиталистическая культура производит стандартизированные образцы поведения для человека, заставляя его искусственно следовать новым тенденциям, не вычленив подлинный смысл из этих процессов. Такие тенденции, согласно мыслителю — есть специфическое свойство нашей современности. В этом смысле представитель интеллигенции должен в большей степени осознавать историчность этих событий и проливать на это свет другим людям. С. П. Капица в связи с этим пишет, что «Мы находимся на крупнейшем цивилизационном сломе. Мы живем, выражаясь физически, в недиабатических условиях, как во взрывной волне, когда абсолютно все не находится в равновесии. Совесть, мораль, моральные устои общества — это свидетельства духовного равновесия, которое достигается медленной эволюцией, а старые принципы не успевают эволюционировать» [7].

Отсюда и появляется требование к не только интеллектуальной, но и нравственной составляющей современного интеллигента. Человеческая идентичность и его мораль характеризует человека как существо, погруженное в определенную систему ценностей, которую разделяют и другие люди. Она в нем интернализируется, становится внутренней моральной конституцией, формируя в человеке механизм совести, репрезентирующий нравственные основы человеческой жизни. В этом смысле интеллигенция представляет собой совесть, сформированную не в рамках индивидуального, но в рамках общественного сознания. Однако этот инструмент общественного сознания стремится работать с отдельными индивидуальностями, противостоя их стереотипизации, наблюдаемой в современной массовой культуре. Н. А. Бердяев, характеризуя понятие цивилизации подмечал в ней высокую степень объективации человеческой личности, в то время

как подлинная культура поддерживает творческое начало человека, не уподобляя его механистической природе [3]. В этом смысле задача интеллигенции, особенно российской — быть проводником культуры, а не цивилизации.

Тогда, когда мы подходим к анализу актуальной ситуации, мы не находим однозначного консенсуса относительно того, существует ли в современном российском обществе интеллигенция и способна ли она выполнять функцию просвещения и возвращения подлинности человеческого существования остальным членам общества. К примеру А. Щипков утверждает, что в современной России интеллигенция полностью утратила свою культурную функцию, редуцируясь до «бюджетников и аристократов». [15, с. 2]. В качестве факторов, приведших к актуальному положению дел он называет регулярное отсутствие поддержки слоя интеллигенции со стороны государства и общую деградацию отечественной науки и образования, в результате которых интеллигенция пришла к практически полному вырождению.

Однако не все современные ученые, обращающиеся к теме интеллигенции наполнены подобным пессимизмом. Такие ученые, как И. В. Сибиряков и Н. В. Кутукова предпочитают говорить о кризисном положении современной российской интеллигенции, однако не о полном ее исчезновении [11]. Они показывают, что российская интеллигенция — неотъемлемая органическая часть российской культуры, которая сохраняет свое ядро несмотря на все те изменения в российском обществе, которые стремятся ее нивелировать. Интересно, что для одних авторов причины данного кризиса видятся в национальной специфике истории современной России, связанными с неэффективным механизмом воспроизводства институтов интеллектуальной и духовной жизни. Для других авторов, к примеру для К. А. Юдина, характерно представление о том, что кризис современной российской интеллигенции есть часть общемирового кризиса, где спрос на интеллект и духовность падает с процессами массовизации культуры [16, с. 111].

Наконец, можно выделить и ряд оптимистичных воззрений на природу современной российской интеллигенции. Они не отрицают то, что развитие общечеловеческой культуры в течение последнего столетия едва ли способствовало как развитию общемировой интеллигенции, так и тем более — российской. Рассуждая на эту тему, Т. В. Наумова утверждает, что «В современной России истинная интеллигенция — это неотделимая от нее социальная реальность» [8, с. 57].

Однако данная позиция является весьма проблематичной и нераспространенной, поскольку в философском дискурсе о современной интеллигенции присутствует стойкое убеждение о невозможности существования аутентичной русскому культурному коду интеллигенции в современной России в том виде, в котором она была представлена в XIX веке, когда ее наличие не было столь дискуссионной темой. Г. П. Федотов, рассуждая о русской интеллигенции XIX века утверждал, что ее самосознание и идентичность были выражены настолько ярко, что она

была способна писать свою собственную историю» [13, с. 147]. Интеллигенция того времени непрерывно размышляла о «вечных» вопросах, касающихся не только своей индивидуальной истории, но и судеб России в целом. Г. П. Федотов показывает, что русскую интеллигенцию более невозможно убрать из культурной традиции России.

Поэтому говорить о полной утрате слоя интеллигентов сегодня также было бы неверно. Речь скорее идет о том, что необходимо реактуализировать ту идентичность современного интеллигента, которая практически растворилась в свете глобализационных процессов. Однако это едва ли представляется возможным без реструктуризации самого общества, формированию доверительного отношения к представителям интеллигенции как со стороны власти, так и широких слоев населения.

Заключение

Проведенное исследование феномена интеллигенции в условиях современного российского общества приводит к выводу о том, что кризис интеллигенции — не есть исчезновение особой социальной группы. Этот кризис скорее выражается в трансформации онтологических оснований интеллигенции, ее идентичности и места в социокультурном пространстве современности. Изменения в структуре труда, процессы глобализации и цифровизации культуры изменили формы проявления интеллигенции, замещая ее нравственную функцию социального просвещения стереотипами массовой культуры. Однако эти стереотипы направлены не на нравственное преобразование человека, а на стимулирование процессов потребления.

Было показано, что именно духовная миссия интеллигенции составляет ее философскую сущность. Особенно это видно на материале истории русской интеллигенции, где обоснование ее особого нравственного назначения ведет традицию от мыслителей рубежа XIX-XX веков.

Исследование показало, что современная российская интеллигенция находится в весьма парадоксальной ситуации. С одной стороны, массовизация культуры формирует потребность в реактуализации интеллигенции и ее философских оснований как особого класса, противостоящему упрощенным и стереотипным моделям прочтения культуры. С другой стороны, сама социокультурная ситуация современности не позволяет создать те необходимые условия, чтобы на них выросла интеллигенция, способная к философской рефлексии и вырастающая из традиции отечественной культуры. Данные выводы наводят о необходимости проектирования новых форм существования интеллигенции, выраженных не столько в необходимости новой институционализации этого класса, сколько в формировании интеллигенции как «совести» современной российской культуры. Погружение нравственное измерение российского интеллигенции позволяет придать ее существованию философское измерение.

Литература:

1. «Из глубины»: Сборник статей о русской революции. М.: МГУ, 1990. 298 с.
2. Агацци Э. Почему у науки есть и этические измерения? // Вопросы философии. 2009. № 10. с. 93.
3. Бердяев Н. А. Царство Духа и царство кесаря. М.: Республика, 1995. С. 308.
4. Булгаков С. Н. Героизм и подвижничество // Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции. — М.: Типография А. И. Мамонтова, 1909. — С. 161–202.
5. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. Т. 2. М.: Типография М. О. Вольф, 1881. С. 46.
6. Здравомыслова О. М., Кутукова Н. В. Интеллигенция как вызов: идентичность российской интеллигенции в XXI веке. Концепт: философия, религия, культура, 2020 — с. 7–20.
7. Круглый стол: о нравственности, патриотизме, культуре и бескультуре // Вопросы философии. 2009. № 12. С. 5, 24, 35.
8. Наумова Т. В. Сохранилась ли в памяти народа русская интеллигенция как социокультурный феномен? Социально-гуманитарные знания, 2016. — 2: 50–65
9. Новгородцев П. И. О путях и задачах русской интеллигенции // Из глубины: Сборник статей о русской революции. — М.: Изд. М. А. Саблина, 1918. — С. 235–274.
10. Новикова Л. И. Интеллигенция / Л. И. Новикова, И. Н. Сиземская // Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Ин-т философии РАН; Нац. общ.-науч. фонд; Научно-ред. совет: предс. В. С. Степин. — М.: Мысль, 2010. — Т. III. — 2009. — С. 130.
11. Сибиряков И. В. Современная российская интеллигенция: преждевременный разговор. Интеллигенция и мир, 2013–2: с. 71–81.
12. Силласте Г. Российская экономическая интеллигенция в современных условиях. Высшее образование в России, 2006. с. 107–112.
13. Федотов Г. П. Трагедия интеллигенции // Вёрсты. — 1927. — № 2. — С. 145–184.
14. Философский энциклопедический словарь / Гл. ред. Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. — М.: Сов. Энциклопедия, 1983. — 840 с Щипков А. В. Интеллигенция. Свидетельство о смерти // Литературная газета. — 2012. — № 48 (6394). — С. 3
15. Юдин К. А., Бандурин М. А. «Интеллигенция» и «интеллектуалы» (историографические, социально-философские и общетеоретические аспекты понятий). Общественные науки и современность. — 2016–2: с. 108–120.

ПРОЧЕЕ

Развитие вагоностроения в 30-е годы прошлого века. Технические решения и личности

Александров Егор Михайлович, аспирант

Научный руководитель: Козлов Михаил Петрович, кандидат технических наук, доцент
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В структуре железнодорожного транспорта дореволюционной России не выделяли вагонного хозяйства как отдельной отрасли. Эксплуатация и ремонт вагонов производились службой подвижного состава и тяги.

Только в 1920 году VIII съезд Советов утвердил постановление об организации ремонта подвижного состава с применением заранее изготовленных или отремонтированных запасных частей. Постепенно стали отказываться от кустарных подходов к ремонтам подвижного состава и вагонов, в частности. Начали внедряться поточные методы ремонта.

3 июля 1933 года Совет народных комиссаров СССР принял постановление «О работе железнодорожного транспорта». В соответствии с этим постановлением управление службы тяги разделялось на два — паровозов и вагонов. В этот период вагонное хозяйство выделилось в самостоятельную отрасль железнодорожного транспорта и получило четкую организационную структуру: вагонное депо — вагонный участок (на отделении) и служба вагонного хозяйства на дороге — Центральное управление вагонного хозяйства в Народный комиссариат путей сообщения.

В этот период были заложены основы для многих направлений конструирования и ремонта вагонов. Результатами трудов ученых и инженеров того периода мы пользуемся по сей день.

Период 30-х годов прошлого века являлся непростым с точки зрения становления советской власти. Следует заметить, что после окончания гражданской войны в научной среде были сохранены многие специалисты, которые работали в Российской империи. Судьбам людей и их научным достижениям в этот период посвящена данная статья.

Одним из важных достижений того времени можно назвать зарождение и развитие единого документа, регламентирующего создание и оценку параметров грузовых вагонов. Этим документом можно считать «Основные данные для производства расчетов при проектировании

вагонов», приведенные в работе [1], которые были разработаны Центральным вагоно-конструкторским бюро (ЦВКБ) «ВОВАТ» в 1934 г. С использованием этого документа проектировались и рассчитывалось большинство типовых вагонных конструкций, выпускавшиеся в Советском Союзе в период с 1934 по 1952 гг. В последующем приведенный нормативный документ перерабатывался и дополнялся каждые десять лет. Он стал базой для проектирования новых и оценки существующих конструкций вагонов.

«Основные данные...» разрабатывались под руководством Петра Ивановича Травина — руководителя ЦВКБ, который знаменит тем, что доставил «Письмо к американскому рабочему» за авторством В. И. Ленина [2] в 1918 г, внес большой вклад в создание вагонов метро и первых электровагонов будучи техническим директором Мытищинского вагоностроительного завода. В 30-х годах XX века Травин был командирован в США, где изучал документацию на вагоны метро Нью-Йорка. Он знакомил научную и техническую общественность с разработками в области зарубежного железнодорожного транспорта [3].

После Октябрьской социалистической революции появились новые организации, на которые была возложена ответственность за те или иные сферы народного хозяйства и промышленности. Одной из таких организаций стал Экспериментальный институт путей сообщения, организованный в 1918 году. На институт возложили работу по проведению испытаний подвижного состава и разработке норм и методов тяговых расчетов. Переведенная из Петрограда в Москву «Контора опытов над типами паровозов» и ее специалисты послужили базой для создания этого института. В начале 1930-х гг. институт стал называться Научно-исследовательским институтом реконструкции тяги (ИРТ).

Следует признать, что после первой мировой войны и революции парк подвижного состава и сами железные дороги находились в ограниченно работоспособном техническом состоянии. Грузо- и пассажиропоток возрастал,

а транспорт работал «на износ», отбросив научные и технические ограничения с точки зрения пределов его эксплуатации. Такая ситуация привела к увеличению аварийности в отрасли.

В этой ситуации нужно рассмотреть особенности исторического периода. В стране утвердилась советская власть, но многие должности, требующие высокой квалификации и научного уровня, не могли быть одновременно замещены ее ставленниками. Свои места сохранили учёные и инженерные кадры дореволюционного периода. В 30-х годах прошлого века началось укрепление власти на местах, что повлекло за собой отстранение кадров высшей квалификации, в том числе в сфере испытаний и развития железнодорожного транспорта.

Вот как описывает их Лазарь Моисеевич Каганович (народный комиссар путей сообщения) в Памятных записках [8, 9]: «Эти господа предельщики насиловали науку, технические расчёты, прибегали к демагогическому оправданию отсталых методов работы, лишь бы сорвать начинающийся подъём железнодорожного транспорта. Но наступил конец их господству».

Институт реконструкции тяги занимался в том числе разработкой единой автосцепки для отечественных железных дорог. По результатам конкурса был выбран третий вариант конструкции, который получил название ИРТ-3. Что интересно, автосцепка с такой аббревиатурой до сих пор используется в учебном процессе в лаборатории «Технология ремонта вагонов» кафедры «Вагоны и вагонное хозяйство» РУТ (МИИТ). Возникает вопрос: почему в итоге это автосцепное устройство получило название СА-3, а само название Института реконструкции тяги было вычеркнуто из истории?

Примером достижений Института реконструкции транспорта можно считать создание первого в мире железнодорожного испытательного кольца, которое вплоть до 1935 года носило название «Опытное кольцо ИРТ НКПС». Строительство выполнялось под руководством известного специалиста-теплотехника профессора Н. И. Белоконя.

Литература:

1. Вагоностроение. Справочные материалы. Том 1. Дадыко 1936 г.
2. Газета «Вечерняя Москва» 16 июня 1963 г.
3. Американская железнодорожная энциклопедия.
4. Вандергюхт Е. И. Большегрузные вагоны. М., Транспечать НКПС 1929 г. 44 с.
5. Вандергюхт Е. И. Основы вагоностроения / Е. И. Вандергюхт, М. А. Короткевич. — Москва: Транспечать НКПС, 1930 (5 тип. Транспечати НКПС). — 383 с Вандергюхт, Е. И. Основы вагоностроения [Текст]: Допущено в качестве учеб. пособия для втузов Глав. упр. учеб. заведениями НКТП СССР / Е. И. Вандергюхт, М. А. Короткевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва, Ленинград: Глав. ред. лит-ры по машиностроению и металлообработке, 1935.
6. Памятники истории и культуры Санкт-Петербурга. Вып. 9. — 2006. — 351 с.
7. История железных дорог России // история России. [Электронный ресурс]: <https://gudok.ru/newspaper/?ID=1494268>
8. Каганович, Л. М. Памятные записки рабочего, коммуниста-большевика, профсоюзного, партийного и советского государственного работника / Л. М. Каганович; — Москва: Вагриус, 1996. — 570 с.

Поскольку на кольцо локомотивы работают в движении по реальным железнодорожным путям, при их испытаниях сохранялись все преимущества эксплуатационных поездных испытаний на линии. В то же время отпадали трудности, связанные с проведением испытаний в условиях регулярного движения на путях общего пользования.

В 1935 г. Кольцо было электрифицировано, что позволило испытать образцы первых электровозов серий ВЛ19, ВЛ22 и Си, Св. Ими руководил профессор В. Ф. Егорченко, начавший работу по испытаниям локомотивов еще в прежней «Конторе опытов...».

В процессе знакомства с литературой 30-х годов, посвященной вагоностроению, нельзя не отметить источники [4,5,6]. Одним из их авторов является Евгений Иванович Ван-дер-Гюхт, который родился в 1873 году в Одессе, в семье главного механика Одесского механического завода. Инженер вагоностроитель, начальник технического отдела в Центральном управлении вагонного хозяйства Наркомата путей сообщения СССР он был осужден по обвинению: «участие в контрреволюционной троцкистской террористической организации, вредительской работе в области вагонного хозяйства» и расстрелян 5 ноября 1937 г.

Чтобы понять особенности этого исторического периода, можно рассмотреть судьбу его брата Вильгельма Ивановича Ван-дер-Гюхт, известного архитектора, построившего в Санкт-Петербурге целый ряд общественных, жилых и промышленных зданий, многие из которых существуют до сих пор. Он умер от дистрофии 3 декабря 1943 года, так как находился в городе во время блокады Ленинграда [7].

История не имеет сослагательного наклонения, но было бы интересно увидеть достижения многих ярких учёных дореволюционного периода железнодорожного транспорта, которые были отстранены от деятельности в период становления советской власти.

Рассмотренные выше вопросы показывают, что история технического прогресса неотрывно связана с историей государства.

Проблемы деятельности органов управления по обеспечению сбора и обмена информацией в области защиты населения и территории от чрезвычайных ситуаций на примере Томской области

Корольков Иван Степанович, студент магистратуры
Уральский институт Государственной противопожарной службы МЧС России (г. Екатеринбург)

В статье представлены статистические данные о ЧС в Российской Федерации и Томской области за 2024 год. Раскрыта роль и место органов управления на территории Томской области по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера. Проанализирован порядок сбора и обмена информацией в Томской области в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, изучена проблематика. Исследованы актуальные проблемные вопросы, решение которых будет способствовать совершенствованию порядка сбора и обмена информацией при реагировании на ЧС.

Ключевые слова: чрезвычайная ситуация, классификация чрезвычайных ситуаций, причины чрезвычайных ситуаций, предупреждение и ликвидация чрезвычайных ситуаций, единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, постоянно действующие органы управления, органы повседневного управления, координационные органы.

В современных условиях безопасность общенациональных и общегосударственных интересов любой страны и всего мирового сообщества, всех сфер и институтов общественной жизнедеятельности каждого государства, а также жизненно важных интересов человека и гражданина неразрывно связана с их защитой от чрезвычайных ситуаций техногенного и природного характера. Возрастание масштабов техногенной деятельности современного общества, увеличение частоты проявления разрушительных сил природы, конфликты, связанные с применением оружия, рост преступности и терроризма крайне обострили проблемы, связанные с обеспечением безопасности населения и каждого человека в отдельности, сохранением экологического потенциала окружающей среды в условиях, постоянно возникающих ЧС.

Несмотря на организационную структуру по предупреждению, профилактике и ликвидации ЧС в Российской Федерации, их возникновение на сегодняшний день остается актуальным. В соответствии с докладом Министра Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий А. В. Куренкова, 12 февраля 2025 года на расширенном заседании коллегии ведомства МЧС России. В 2024 году силы и средства МЧС России принимали участие в ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций свыше 270 раз и реагировали на более 10 тысяч очагов природных пожаров.

В 2024 году на территории Томской области зарегистрирована 1 чрезвычайная ситуация природного характера регионального уровня. Органы управления и силы РСЧС Томской области реагировали на более чем две тысячи происшествий (2403) (техногенные пожары — 2051, ДТП — 266, происшествия на водных объектах — 39, прочие — 47).

Для осуществления информационного обмена и своевременного взаимодействия в повседневной деятель-

ности, а также при реагировании на чрезвычайные ситуации и происшествия активно применяются информационные ресурсы. В целях защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера на территории Томской области создана и функционирует территориальная подсистема единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (далее — единая система).

Единая система объединяет органы управления, силы и средства федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти Томской области, органов местного самоуправления и организаций, в полномочия которых входит решение вопросов по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, в том числе по обеспечению безопасности людей на водных объектах.

Координационными органами единой системы в Томской области являются:

на региональном уровне — комиссия по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций и обеспечению пожарной безопасности Томской области;

на муниципальном уровне — комиссии по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций и обеспечению пожарной безопасности муниципальных образований Томской области;

на объектовом уровне — комиссии по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций и обеспечению пожарной безопасности организаций, в полномочия которых входит решение вопросов по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, в том числе по обеспечению безопасности людей на водных объектах.

С целью обеспечения повседневной деятельности единой системы, организации информационного обмена при угрозе возникновения (возникновении) ЧС, а также своевременного оповещения населения Томской области о чрезвычайных ситуациях, созданы органы повседневного управления:

на региональном уровне — Центр управления в кризисных ситуациях Главного управления МЧС России по Томской области;

на муниципальном уровне — единые дежурно-диспетчерские службы (далее — ЕДДС) муниципальных образований Томской области, а также другие организации (подразделения), обеспечивающие деятельность органов местного самоуправления в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, управления силами и средствами, предназначенными и привлекаемыми для предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, осуществления обмена информацией и оповещения населения о чрезвычайных ситуациях;

на объектовом уровне — подразделения организаций, обеспечивающие их деятельность в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, управления силами и средствами, предназначенными и привлекаемыми для предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, осуществления обмена информацией и оповещения населения о чрезвычайных ситуациях.

Главное управление МЧС России по Томской области является постоянно действующим органом управления единой системы на региональном уровне.

На муниципальном уровне постоянно действующими органами управления являются создаваемые при органах местного самоуправления органы, специально уполномоченные на решение задач в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций.

В соответствии с требованиями постановления Правительства Российской Федерации от 24.03.1997 N 334 «О порядке сбора и обмена в Российской Федерации информацией в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» и с целью принятия мер по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций, оценки их последствий, информирования и своевременного оповещения населения о прогнозируемых и возникших чрезвычайных ситуациях, приказом Департамента защиты населения и территории Томской области от 30.03.2022 № 5 утверждён Порядок сбора и обмена в Томской области информацией в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера (далее — Порядок сбора и обмена информацией).

Порядок сбора и обмена информацией определяет правила сбора и обмена информацией в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций между территориальными органами федеральных органов исполнительной власти, органами исполнительной власти Томской области, органами местного самоуправления и организациями в целях принятия мер по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций, оценки их последствий, информирования и своевременного оповещения населения о прогнозируемых и возникших чрезвычайных ситуациях.

С целью оперативного реагирования на ЧС и происшествия, организации информационного обмена, вы-

полнения профилактических мероприятий по смягчению рисков ЧС между органами управления единой системы заключены соглашения об информационном взаимодействии и регламенты обмена информацией при угрозе возникновения (возникновении ЧС), в которых прописаны обязанности сторон по сбору и обмену информацией, в том числе детализирована информация: какая информация подлежит обмену, в каком объеме, в какие сроки и посредством каких ресурсов.

Главным управлением заключены соглашения об информационном взаимодействии с муниципальными образованиями Томской области, подразделениями территориальных органов федеральных органов исполнительной власти Томской области и заинтересованными организациями Томской области.

Важно отметить, что фактически первичным звеном по сбору и обмену во всей цепочке информационного обмена между вышеперечисленными органами управления единой системы при реагировании на угрозы возникновения ЧС являются органы повседневного управления — ЕДДС, а при их отсутствии — через подразделения или должностных лиц, уполномоченных решением соответствующего руководителя территориального органа федерального органа исполнительной власти, органа исполнительной власти Томской области, органа местного самоуправления или организации, по телефонным, телеграфным, факсимильным, электронным каналам и предусматривает передачу оперативной и плановой информации.

Целью создания ЕДДС является повышение готовности органов местного самоуправления и служб муниципального образования к реагированию на угрозы возникновения или возникновения ЧС (происшествий), эффективности взаимодействия привлекаемых сил и средств РСЧС, в том числе экстренных оперативных служб, организаций (объектов) при их совместных действиях по предупреждению и ликвидации ЧС (происшествий), а также обеспечение исполнения полномочий органами местного самоуправления муниципальных образований по организации и осуществлению мероприятий по гражданской обороне, обеспечению первичных мер пожарной безопасности в границах муниципальных образований, защите населения и территорий от ЧС (происшествий), в том числе по обеспечению безопасности людей на водных объектах, охране их жизни и здоровья.

На территории Томской области во всех 20 муниципальных образованиях функционируют ЕДДС.

Однако не все ЕДДС муниципальных образований Томской области соответствуют требованиям ГОСТ Р 22.7.01–2021 «Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Единая дежурно-диспетчерская служба. Основные положения» (далее — ГОСТ Р 22.7.01–2021), что, в свою очередь, является проблемным вопросом и может негативно отразиться на реагировании органов управления всех уровней при реагировании на ЧС, так как ЕДДС являются первичным звеном в системе реагирования на ЧС и зача-

стую от них зависит, насколько оперативно будет осуществлён весь комплекс мер по ликвидации ЧС.

Основным проблемным вопросом, негативно влияющим на осуществление сбора и обмена информацией в области защиты населения и территории от чрезвычайных ситуаций, является недостаточная штатная численность органов повседневного управления. Вследствие этого, на время отсутствия штатных оперативных дежурных ЕДДС (отпуск, больничный) заступают на дежурство неподготовленные работники.

Также в ряде муниципальных образований области отсутствуют или требуют актуализации нормативные пра-

вовые акты о порядке сбора и обмена информацией в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера на муниципальном уровне.

Только комплексный подход к решению вышеизложенных проблемных вопросов позволит привести ЕДДС муниципальных образований на территории Томской области к соответствию требованиям ГОСТ Р 22.7.01–2021, что, в свою очередь, обеспечит выполнение на высоком профессиональном уровне специалистами ЕДДС мероприятий по защите населения и территорий от ЧС (происшествий).

Литература:

1. Федеральный закон от 21.12.1994 N 68-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера».
2. Постановление Правительства РФ от 30.12.2003 N 794 (ред. от 17.01.2024) «О единой государственной системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций».
3. Постановление Правительства РФ от 24 марта 1997 г. N 334 «О порядке сбора и обмена в Российской Федерации информацией в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера».
4. Приказ МЧС России от 26.08.2009 № 496 «Об утверждении положения о системе и порядке информационного обмена в рамках единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций».
5. Приказ Департамента защиты населения и территории Томской области от 30.03.2022 № 5 «О порядке сбора и обмена в Томской области информацией в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера».
6. Доклад Министра Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий А. В. Куренкова 12 февраля 2025 года на расширенном заседании коллегии ведомства МЧС России. — Режим доступа: <https://mchs.gov.ru/deyatelnost/presscentr/novosti/5457450?ysclid=m9tyxunyhs57898241/> Дата обращения: 23.04.2025.

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 17 (568) / 2025

Выпускающий редактор Г. А. Письменная
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». 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Номер подписан в печать 07.05.2025. Дата выхода в свет: 14.05.2025.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.